

平成2年度 農林水産省補助事業
(財)日本住宅・木材技術センター事業

木質材料リフォーム・メンテナンスシステム対策事業報告書

平成3年3月

財団法人 日本住宅・木材技術センター

目 次

	頁
1. 研究目的	1
2. 研究概要	
2-1 研究内容	2
(1) 5ヶ年の研究内容	2
(2) 平成2年度の研究内容	2
2-2 研究体制	2
2-3 研究経緯	4
2-4 研究の概要	4
(1) 参考資料の調査	4
(2) 住宅会社のリフォーム・メンテナンス対応の現状調査	4
(3) 町場の工務店におけるリフォーム・メンテナンス対応の 状況調査	4
3. 研究報告・文献の調査	
3-1 調査結果	5
(1) 住宅リフォーム・メンテナンスの体系	5
(2) 住宅リフォームに係わる用語の意味	6
3-2 参考文献・資料の収集	7
4. 住宅会社のリフォーム・メンテナンス対応の現状調査	
4-1 調査の概要	8
(1) 調査目的	8
(2) 調査期間	8
(3) 調査方法	8
4-2 調査結果	11
(1) 会社規模	11
(2) アフターサービス・メンテナンス体制について	15
(3) 住宅リフォーム事業への取組について	22

	頁
4-3 調査にみる住宅リフォーム・メンテナンス対応の実情 と今後の課題 -----	36
(1) 住宅リフォーム・メンテナンスの実情 -----	36
(2) 住宅リフォーム・メンテナンスの今後の課題 -----	37
5. 町場の工務店におけるリフォーム・メンテナンス対応の 状況調査	
5-1 調査の概要 -----	39
(1) 調査目的 -----	39
(2) 調査時期 -----	39
(3) 調査対象と調査方法 -----	39
5-2 調査結果 -----	43
(1) 調査事業所、事業主の概要 -----	43
(2) 工事高の構成 -----	51
(3) 工事内容 -----	52
(4) 使用木材 -----	63
(5) 専門工事業・建材店 -----	64
(6) 増改築工事のとらえ方、取組み方 -----	66
5-3 調査にみる町場の工務店におけるリフォーム・メンテナ ンス -----	70
6. まとめ -----	71

1. 研究目的

増改築・模様替え等の工事においては、新築工事とは異なった設計・施工技術が必要とされている。とりわけ、木質材料の場合、リフォームに際しての既存建物の取換え部分の積算方法、リフォーム部分と既存部分とのイメージ統一、及び継手の方法による耐力確保等の問題が指摘されており、設計・施工等の技術開発が望まれている。また、木質建材には、長年の使用の中で、かび・汚れ・傷・腐れ等の発生が想定される。この場合のクリーニング・塗装等の技術開発とその標準化も必要である。特に、痛みの診断方法、簡単にできる補修方法等の開発については強い要望があり、これらを含む総合的なメンテナンス技術の整備が求められる。

本研究は、5ヶ年に渡って実施するもので、現実のリフォーム・メンテナンスがどのように実施されているかを調査すると共に、これまでに調査・研究されてきた資料を収集・分析し、木質建材に着目した設計・施工の標準化に資することを目的とする。

本年度は、リフォーム・メンテナンスに関する文献の収集、住宅会社の取組の状況調査、及び町場の工務店に於ける対応の状況調査等を行い、新築工事との関係も考察して、現在の木造住宅業界における取組とその問題点についてまとめる。

以後の研究は、木造住宅、木造以外の戸建住宅、鉄筋コンクリート造共同住宅等のリフォーム・メンテナンスの実態を調査・分析し、その結果を検討すると共に、随時必要な作業を追加して、上記の目的を達成する。

2. 研究概要

2-1 研究内容

(1) 5ヶ年の研究内容

①調査とマニュアルの関係の検討

②年次計画

先ず、初年度に既存研究報告書・参考文献の調査や木造軸組住宅の調査等現状把握を行うとともにマニュアルイメージの検討を行い、次年度は戸建住宅、共同住宅等の実態を詳細調査・検討することとし、それ以降は随時追加・補足調査を実施して、最終年度にマニュアル作成のための資料に取纏めることにする。

③マニュアル

マニュアルイメージの検討等

(2) 平成2年度の研究内容

①研究内容・研究計画の検討

5ヶ年間に調査すべき内容について検討し、調査方法（地域、時期）成果物のイメージ等について検討を行った。

②調査

- ・既存研究報告・参考文献の調査
- ・住宅会社のリフォーム・メンテナンスに対する取組み方の調査
- ・町場の工務店のリフォーム対応状況調査（都内）…八王子

2-2 研究体制

調査研究を実施するために（財）日本住宅・木材技術センターに委員会を設置し、（財）日本住宅リフォームセンターに設置したワーキンググループ（WG）において具体的作業を行った。

木質材料リフォーム対策委員会名簿

- 委員長 吉田 倬郎 工学院大学建築学科助教授
- 委員 小松 幸夫 横浜国立大学工学部建築学教室助教授
- 委員 赤松 圭子 建設省住宅局住宅生産課課長補佐
- 委員 末吉 修三 農林水産省森林総合研究所木材利用部
木質環境研究室主任研究官
- 委員 小林 晃 住宅金融公庫建設サービス部技術開発課長
- 委員 安藤 弘之 ㈱日本ツーバイフォー建築協会技術部長
- 委員 飯泉 勝夫 ㈱日本木造住宅産業協会技術第二部長
- 委員 城戸 正昭 ㈱全国中小建築工事業団体連合会事務局次長
- 委員 茂木 幹夫 ㈱性能保証住宅登録機構研究技術課長
- 協力委員 坂本 保 林野庁林政部林産課課長補佐
-
- 事務局 佐藤 広幸 ㈱日本住宅・木材技術センター技術開発部長
- 事務局 逢坂 達男 ㈱日本住宅・木材技術センター技術主任
- 事務局 今井 史郎 ㈱日本住宅リフォームセンター調査研究部長
- 事務局 平井 裕一朗 ㈱日本住宅リフォームセンター調査研究部研究員

2-3 研究経緯

平成2年度の本委員会の調査研究経緯を下記に示す。

表2-1 調査研究経緯

	平成2年				平成3年		
	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
①調査研究の基本方針の検討	●	—	●				
②既存研究・文献の調査		●	●				
③住宅社のリフォーム・メンテナンス対応の現状調査			●	●	●	●	
④工務店のリフォーム・メンテナンス対応の現状調査	●	—	—	—	—	—	●
⑤報告書の作成						●	●
⑥委員会	●		●		●		●
⑦WG						●	●

2-4 研究の概要

(1) 参考資料の調査

(財)日本住宅・木材技術センターと(財)日本住宅リフォームセンターが収集した既存文献等から関連資料を抽出し、検討を加えた。

(2) 住宅会社のリフォーム・メンテナンス対応の現状調査

(社)日本木造住宅産業協会と(社)日本ツーバイフォー建築協会の一部の会員に対してメンテナンス・リフォームへの取組み方についてアンケート調査を行った。調査期間は平成2年11月19日から12月5日である。調査結果等詳細については第4章を参照。

(3) 町場の工務店におけるリフォーム・メンテナンス対応の状況調査

八王子の工務店を対象に新築工事と増改築工事について部材の材種、木造工事の下職、資材・部材の購入等についてアンケート調査を行った。調査結果等詳細については第5章を参照。

3. 研究報告・文献の調査

3-1 調査結果

(1) 住宅リフォーム・メンテナンスの体系

「住宅リフォーム」に係わる一般的な定義は未だ明確でないが、財団法人住宅リフォームセンターでは「住宅リフォームの体系」を次に示すように整理している。維持保全（メンテナンス）、建替も広義の意味で住宅のリフォームの範囲として考えている。

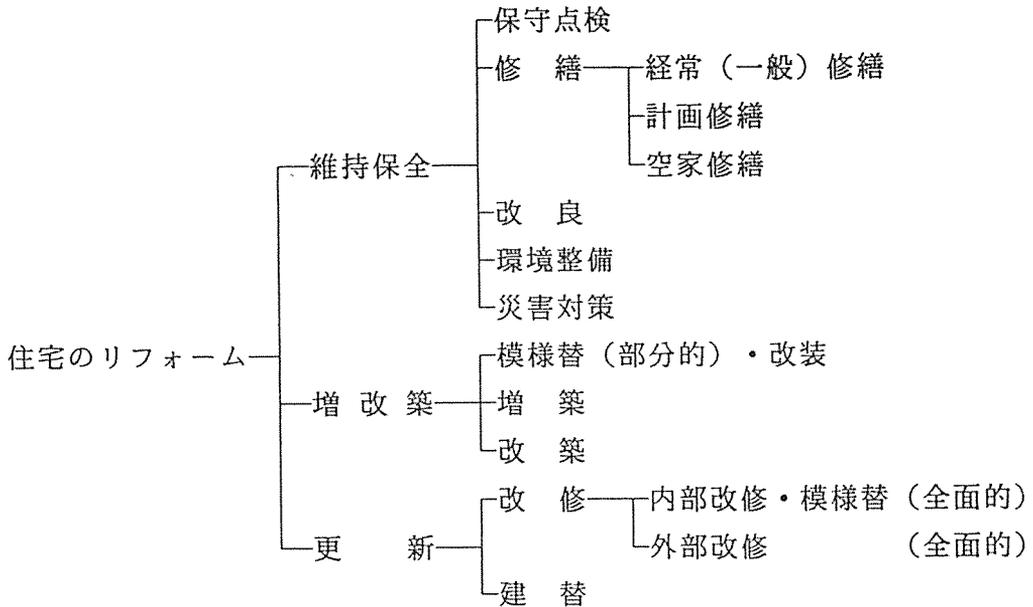


図3-1 住宅リフォームの体系

尚、メンテナンスという概念を入れて「メンテナンス」と「リフォーム」を厳密に分類する場合は、下記のように考えることが出来る。修繕には「かし」などによる無料の修繕と経年劣化により原状性能を回復させるための有料の修繕があり、修繕をメンテナンスとリフォームのどちらに入れるか意見の分れるところであるが、ここではメンテナンスに含めることとする。

- ・住宅メンテナンス
 - 保守点検・清掃
 - 修繕
- ・住宅リフォーム
 - 改築、模様替、改装、改良
 - 増築

(2) 住宅リフォームに係わる用語の意味

「住宅需要実態調査」では増築・改築に関して大きくは増築、改築、模様替え、設備改善、その他の工事に区分けし、その具体的内容として①～⑯の例示がしてある。

[増築]

①住宅の床面積を増加させる工事をする。(寝室、居間等の居室又は台所、浴室等の部所を広げたり、新しく作ったりする工事)

[改築]

②住宅の一部を取り壊して改めて住宅部分を建築する工事をする(寝室、居間等の居室又は台所、浴室等の部所を改めて建築する工事で、その面積が取り壊した部分の面積をこえない工事)

[模様替え]

③内装の模様替えをする。(壁紙、天井、床の張り替え等)

④部屋の間取りの変更をする。

⑤収納スペースの改善・設置をする。

[設備の改善など]

⑥窓、扉などの建具を取り替える

⑦台所の設備を改善する。

⑧便所の設備を改善する。

⑨浴室等の設備を改善する。

⑩集中冷暖房等の設備を改善・設置する。

⑪太陽熱温水機(ソーラーシステム)等の設備を改善・設置する。

[その他の工事]

⑫断熱工事、結露防止工事等を行う。

⑬屋根のふきかえ等を行う。

⑭外壁の塗かえ等を行う。

⑮基礎・構造の補強を行う。

⑯その他

3-2 参考文献・資料の収集

(財)日本住宅リフォームセンターが収集している文献・資料のうち、本調査研究に参考になりそうなものを抽出すると下記のようにリストアップ出来る。

表3-1 参考文献一覧表

書 籍 名	発 行 元	発 行 年
住宅に対する需要者ニーズ	(財)日本住宅・木材技術センター	昭和63年
増改築相談員の基礎知識1「住宅建築の構法」	(財)日本住宅リフォームセンター	昭和62年
木造住宅の維持保全読本	〃	昭和63年
維持保全委員会 木造住宅専門部会報告書	〃	昭和61年
リフォームに関する流通合理化	〃	昭和61年
維持保全委員会 ハウスクリーニング 専門部会報告書	〃	昭和61年
リフォームに係る技術開発(水廻りリフォーム)	〃	昭和61年
住宅のリフォーム市場実態調査	〃	平成 1年
木を生かす	(財)愛媛県の森林基金	平成 2年
木造住宅ハンドブック	佐賀県木造住宅振興推進協議会	昭和62年
木造住宅のデザイン	〃	昭和63年
木造住宅設計・施工指針	〃	昭和62年
日本の住宅と建築	建設省	平成 1年
家のカビ・ダニ退治法	主婦と生活社	昭和61年
マイホーム 増改築の手引き	建設省	昭和58年
木造住宅の実際知識	泰流社 内田京治	昭和58年
住まいの補修と維持管理	相模選書 森川育造	昭和55年
木造の詳細1～4	彰国社	昭和58年
建築の結露	井上書院 山田雅士	昭和59年
建材選択のポイント	泰流社 小林盛太	昭和58年

4. 住宅会社のリフォーム・メンテナンス対応の現状調査

4-1 調査の概要

(1) 調査目的

木造住宅会社のリフォーム・メンテナンスへの取り組み方の現状を把握するためにアンケート調査を行った。

(2) 調査期間

調査期間は平成2年11月19日(月)から12月5日(水)までである。

(3) 調査方法

調査対象は(社)日本木造住宅産業協会の会員会社で資本金5,000万円以上の会社と(社)日本ツーバイフォー建築協会の会員会社で年間工事件数が50戸以上の会社である。これらの会社に対して次ページ以下に示す調査票によりアンケート調査を行った。調査票の発送数、回答数等は表4-1に示すとおりである。

表4-1 発送数・回答数・回答率

	発送数(件)	回答数(件)	回答率(%)
木住協	62	21	33.9
2×4	90	40	44.4
総数	152	61	40.1

注) 表中の「木住協」は(社)日本木造住宅産業協会、「2×4」は(社)日本ツーバイフォー建築協会を示す。以下同じ。

4-2 調査結果

(1) 会社規模

アンケート調査に対し回答された会社の規模（社員数、資本金、工事高）について、両協会を通して調べた結果を整理すると表4-2～4となる。

また、その社員数と資本金・工事高の関連を表4-5～6に、資本金と工事高の関連を表4-7に示す。

尚、これら会社規模に関する調査はアンケート調査票に記載ない項目であったので、(社)日本木造住宅産業協会と(社)日本ツーバイフォー建築協会の協力により別途調査したものである。

表4-2 回答会社の社員数

社員数	木住協	2×4	合計
0-50	1	5	6
50-100	4	4	8
100-200	6	7	13
200-400	4	6	10
400-800	0	4	4
800-1500	3	4	7
1500-3000	1	4	5
3000以上	0	1	1
無回答	2	5	7
合計	21	40	61

※社員数の単位：人

※○-●は「○以上●未満」を示す。以下同じ

<木住協> 平均：464.95 標準偏差：819.38

最小：48 最大：2700

<2×4> 平均：747.26 標準偏差：1631.81

最小：18 最大：9553

表4-3 回答会社の資本金

資本金	木住協	2×4	合計
0-50	1	8	9
50-100	0	3	3
100-200	9	4	13
200-400	2	4	6
400-800	0	3	3
800-1500	1	2	3
1500-3000	4	2	6
3000-6000	0	1	1
6000-12000	1	4	5
12000-25000	1	0	1
25000-50000	0	1	1
50000以上	0	3	3
無回答	2	5	7
合計	21	40	61

※資本金の単位：百万円
 <木住協>
 平均：2091.25
 標準偏差：5399.81
 最小：10 最大：22024.65
 <2×4>
 平均：9163.77
 標準偏差：22932.07
 最小：10 最大：86535

表4-4 回答会社の工事高(平均坪)

工事高	木住協	2×4	合計	規模別
0-25	1	8	9	14
25-50	3	2	5	
50-100	6	4	10	21
100-200	3	8	11	
200-400	3	1	4	18
400-800	1	4	5	
800-1500	1	1	2	
1500-3000	1	4	5	
3000以上	0	2	2	
無回答	2	6	8	
合計	21	40	61	

※工事高の単位：億円
 ※規模別分類
 小規模：0-50
 中規模：50-200
 大規模：200以上
 <木住協>
 平均：318.36
 標準偏差：654.58
 最小：4.43 最大：24519
 <2×4>
 平均：644.64
 標準偏差：1269.35
 最小：4 最大：6642.57

表 4 - 5 回答会社の社員数×資本金

資本金 社員数	0-50	50-100	100-200	200-400	400-800	800-1500	1500-3000	3000-6000	6000-12000	12000-25000	25000-50000	50000以上	無回答	合計
0-50	5		1											6
50-100	3	2	3											8
100-200	1	1	6	2			2		1					13
200-400			3	3	3		1							10
400-800				1		2	1							4
800-1500						1	2		1	1	1	1		7
1500-3000								1	3				1	5
3000以上													1	1
無回答													7	7
合計	9	3	13	6	3	3	6	1	5	1	1	3	7	61

※社員数の単位：人 資本金の単位：百万円

表 4 - 6 回答会社の社員数×平成元年度工事高

工事高 社員数	0-2500	2500-5000	5000-10000	10000-20000	20000-40000	40000-80000	80000-150000	150000-300000	300000以上	無回答	合計
0-50	5	1									6
50-100	2	3	2	1							8
100-200	2	1	4	6							13
200-400			4	3	3						10
400-800				1		2				1	4
800-1500						1	3		3		7
1500-3000							2	2	1		5
3000以上									1		1
無回答										7	7
合計	9	5	10	11	4	5	2	5	2	8	61

※社員数の単位：人 工事高の単位：百万円

表4-7 回答会社の資本金×平成元年度工事高

工事高 資本金	0-	2500-	5000-	10000-	20000-	40000-	80000-	150000-	300000	無回答	合 計
	2500	5000	10000	20000	40000	80000	150000	300000	以上		
0-50	8	1									9
50-100	1	1	1								3
100-200		3	4	6							13
200-400			2	3	1						6
400-800			1	1	1						3
800- 1500						1	2				3
1500- 3000			2		1	2				1	6
3000- 6000								1			1
6000- 12000				1		1	1	2			5
12000- 25000								1			1
25000- 50000								1			1
50000 以上								1	2		3
無 回 答										7	7
合 計	9	5	10	11	4	5	2	5	2	8	61

※資本金・工事高の単位：百万円

(2) アフターサービス・メンテナンス体制について

①アフターサービス・メンテナンスの対応方法

その対応体制を所属協会別に整理して表4-8に、また、会社規模別に整理して表4-9に示す。この結果から次のことが言える。

- ・AM（アフターサービス・メンテナンスの意味。以下同じ）については「自社内に担当部門を設けている」という割合が大部分である。
- ・会社規模でみると、規模が大きくなるほど子会社・関連会社を設ける割合が高くなっていることが分る。

表4-8 アフターサービス・メンテナンスの対応体制 (回答数61)

	①自社内	②子会社	③関連協力会社	④その他	合 計
木住協	13	3	2	4	22
2×4	28	6	3	4	41
合 計	41	9	5	8	63

(複数回答 木住協：②-④ 2×4：①-③ 各1件有)

表4-9 会社規模とアフターサービス・メンテナンス体制の関係

<木住協>

会社規模	①自社内	②子会社	③関連協力会社	④その他	合 計
小規模	4	0	0	0	4
中規模	5	1	1	2	9
大規模	3	*2	1	*1	7
無回答	1	0	0	1	2
合 計	13	3	2	4	22

<2×4>

会社規模	①自社内	②子会社	③関連協力会社	④その他	合 計
小規模	7	2	0	1	10
中規模	*11	1	*1	0	13
大規模	6	2	1	3	12
無回答	4	1	1	0	6
合 計	28	6	3	4	41

※※は複数回答を示す。

※規模別分類（平成元年度工事高）は表4-4と同じ。

②部署名・スタッフ数

a. 部署名

部署名に関しては、「アフターサービス」という言葉を含むものが11件あるが、むしろ各社ごとに様々な名称を付けている場合が多い。

表4-10 アフターサービス担当部署名 (回答数41)

部署名	回答数	部署名	回答数
AM課	2	管理課	1
AMセンター	1	建設営業部業務グループ	1
アフターサービス部(課,係)	7	建築部	2
アフターメンテナンス課	2	建築部工事課	1
アフターメンテナンス	1	建築課アフターサービス担当	1
カスタマーサービス部	1	工事管理部アフターサービスセンター	1
カスタムセンター, カスタム課	1	工事部(A/S専門ではない)	1
サービス部(課)	4	工務課	1
ホームサービス課	2	顧客アフターサービス課	1
ホームサービスセンター	1	住宅本部アフターサービス担当	1
リフォームセンター	1	第4事業本部	1
リフォーム部(課)	2	分譲事業本部	1

(無回答 3)

b. スタッフ数

スタッフ数は200人が最大であったがこれは全国規模の会社で、むしろ例外である。全体では4人以下が半数を占めている。

表4-11 アフターサービス従事人員

人数	1~4	5~9	10~14	15以上	合計
木住協	8	3	0	2	13
2×4	14	9	2	3	28
合計	22	12	2	5	41

平均：16.93 最小：1 最大：200

標準偏差：41.59 [単位：人]

c. スタッフ中の技術者の割合

スタッフに技術者を含まない例は少なく、スタッフの半数以上が技術者という場合がほとんどである。

表4-12 技術者の比率

割合(%)	0	0-20未満	20~40	40~60	60~80	80-100	無回答	合 計
木住協	1	0	0	1	3	8	0	13
2×4	0	0	2	5	7	13	1	28
合 計	1	0	2	6	10	21	1	41

※80-100には 100%含む。

③子会社・関連会社の会社規模（アフターサービス・メンテナンス）

a. 資本金

子会社や関連会社にAMを依頼している場合、その会社は比較的小規模の場合が多い。約半数が資本金200万円以下である。

表4-13 アフターサービス・メンテナンス部門の会社規模

資本金	0-100未満	100-200	200-400	400-800	800-1500	1500以上	無回答	合 計
木住協	1	0	0	1	1	1	1	5
2×4	5	2	1	1	0	0	0	9
合 計	6	2	1	2	1	1	1	14

平 均：334.50 最小：0.5 最大：1541

標準偏差：582.98 [金額単位：百万円]

b. 従業員数

従業員数については最大は350人であるが、10人以下が半数近くを占めている。

表4-14 アフターサービス・メンテナンス 会社の人員

人 数	1-10	10-20	20-40	40-80	80-150	150-300	300以上	合 計
木住協	1	0	1	1	1	1	0	5
2×4	5	1	0	1	0	0	2	9
合 計	6	1	1	2	1	1	2	14

平 均：87.14 最小：3 最大：350

標準偏差：148.74 [単位：人]

c. 従業員中の技術者の割合

従業員の中の技術者の割合については、「半数前後が技術者である」という例が多い。

表4-15 技術者の比率

割合%	0-20未満	20~40	40~60	60~80	80-100	無回答	合計
木住協	1	1	1	0	1	1	5
2×4	0	2	3	3	1	0	9
合計	1	3	4	3	2	1	14

※80-100には 100%含む。

d. 業務内容

業務内容に関しては他の業務を兼ねている場合が大部分である。

表4-16兼務状況

	①AM専門	②他業務も	合計
木住協	2	3	5
2×4	0	9	9
合計	2	12	14

※AM：アフターサービス・メンテナンスの意味。

e. AM業務以外を兼ねている場合の他の業務内容

「リフォーム」もしくはそれに類似した回答が多い。

表4-17兼務の業務名 (回答数12)

他の業務内容	回答数
リフォーム	6
中古マンションを買取りリフォームして販売する業務	1
残材回収とリフォーム	1
新築、増改築	1
住宅のリフォーム、品質検査	1
不動産業	1
管理業務	1

f. 他の業務のスタッフ数

他の業務についているスタッフの割合はかなり比率は高い。AMを兼任している場合を含んでいると思われる。逆に見るとAM専任のスタッフは少ないといえる。

表4-18 他業務従事人員

人数	1～4	5～9	10～14	15以上	無回答	合計
木住協	0	0	1	0	2	3
2×4	4	1	0	4	0	9
合計	4	1	1	4	2	12

平均：52.10 最小：1 最大：250

標準偏差：101.89 [単位：人]

g. スタッフ中の技術者の割合

子会社・関連協力会社全体におけるよりも、AM以外の事業の場合には技術者の割合は高くなっている。

表4-19 技術者の比率

割合%	0-20歳	20～40	40～60	60～80	80-100	無回答	合計
木住協	0	0	1	0	0	2	3
2×4	0	2	1	2	4	0	9
合計	0	2	2	2	4	2	12

④アフターサービス・メンテナンスの対処方法（回答数8）

用意した回答選択肢に当てはまらない場合に自由記述欄に回答の記入を依頼したが、全体で8件の回答があった。内容としては予想を大きく外れるものではなく、詳細に調査を行えば上述の選択肢のいずれかに含まれるものが大部分と思われる。

<木住協>

- ・工事担当者が対応している。
- ・半年、2年目点検の実施。具体的には本社より直接お客様に点検訪問に伺う日、時間の都合を聞くハガキを送付。その日、時間に合わせて施工担当監督が訪問し点検リストによった点検を行ない、不具合な点はアフターメンテナンス基準に従い処理をする。

- ・ 1, 3, 6か月、1, 2年目の計5回のアフターサービス巡回。修理は無料でその際に有料の工事のケースがある程度。
- ・ 戸建住宅は、施工会社の対処としている。社員が窓口となって連絡を行なう様にしている。

< 2 × 4 >

- ・ 販売会社（当社子会社）へ委託し、その会社にて、客との対応及び施工店へ指示しアフターサービスを行なっている。当社では必要経費等を期末毎に支払っている。
- ・ 担当工事責任者が確認の上、専門業者へ依頼。
- ・ 工事課が兼務している。
- ・ 該当工事施工担当者に（工事所長又は主任）が対応。

⑤アフターサービス・メンテナンスの年間処理件数と売上高(平転輾)

アフターサービス・メンテナンスの処理件数とその売上高の関係を次頁の表4-20に示す。売上高に関しては、無償工事を含む場合が考えられ、処理件数と必ずしも比例関係にならず、処理件数が多い割りには年間売上高が少ない傾向にある。

なお、年間処理件数の最大は86,640件であったが、これは伝票数で住宅数ではない。

表 4 - 20 年間処理件数と年間売上高（平成元年度）

上段：木住協 下段：2×4

		年 間 売 上 (百万円)									
		0	0以上 -50未満	50-100	100 -200	200 -400	400 -800	800 -1500	1500以上	無回答	合 計
		年	0以上			1		1			
-50未満			4								4
間	50-100	1	1							1	3
			2		1					1	4
処	100-200									1	1
			2							1	3
理	200-400		2							1	3
			2		2	1				2	7
件	400-800									2	2
			1		1	1		1			4
数	800-1600		1								1
			1			1				2	4
(件)	1600 -3000			1					1		2
			2							1	3
	3000 -6000		1	1			1				3
			1								1
	6000 -12000										0
											0
	12000 -30000										0
											0
	30000以上					1					1
										1	1
	無 回 答								1	4	5
						1				6	7
	合 計	1	5	2	0	2	0	0	2	9	21
		0	15	1	4	4	1	1	0	14	40

※年間処理件数 平均：3,086 最小：9 最大：86,640

標準編差：12,416.53 [単位：件]

※年間売上 平均：463.95 最小：0 最大：7234

標準編差：1574.49 [単位：百万円]

(3) 住宅リフォーム事業への取組みについて

①現在のリフォームへの取組み状況

住宅リフォームの取組方に関しては、「事業展開中」と「計画なし」の2つに明確に分れている。会社規模別にみると、大規模になるほど「計画なし」の割合が高くなって、リフォーム事業に対して慎重な姿勢であることがうかがわれる。

表4-21 リフォームの取組方

	①事業展開中	②事業計画中	③計画なし	無回答	合計
木住協	12	2	6	1	21
2×4	21	4	12	3	40
合計	33	6	20	2	61

<木住協>

会社規模	①事業展開中	②事業計画中	③計画なし	無回答	合計
小規模	1	2	1	0	4
中規模	6	0	2	1	9
大規模	4	0	2	0	6
無回答	1	0	1	0	2
合計	12	2	6	1	21

<2×4>

会社規模	①事業展開中	②事業計画中	③計画なし	無回答	合計
小規模	4	1	4	1	10
中規模	8	1	3	0	12
大規模	5	1	4	2	12
無回答	4	1	1	0	6
合計	21	4	12	3	40

※*は複数回答を示す。

※規模別分類（平成元年度工事高）

小規模：0-50億円 中規模：50-200億円 大規模：200億円以上

②リフォームの担当部門

リフォーム担当部門は、「AMと同一」を含めて「自社内にあり」という割合がかなり高い。

表4-22 リフォーム対応体制

	①AMと同一	②社内有り	③子会社	④関連協力会社	合計
木住協	6	5	1	0	12
2×4	6	9	6	0	21
合計	12	14	7	0	33

※「①AMと同一」の回答の内訳

	①自社内	②子会社	合計
木住協	5	1	6
2×4	4	2	6

③部署名・スタッフ数

a. リフォーム担当の部署名

名称に「リフォーム」という言葉を含んでいるのは16例中6例と比較的少ない。「アフターサービス」という言葉に比べるとまだまだあまり普及していないようである。

表4-23 リフォーム担当部署名

部署名	スタッフ数	部署名	スタッフ数
アフターサービス課	1	各支店	1
サービス課	1	建築部	2
リフォーム部(課)	3	工事部増改グループ	1
リフォーム事業部	1	増改築2課	1
リフォーム担当	1	第4事業本部	1
リフォーム室	1	特需課	1
		注文住宅事業本部	1

※(回答数16) [①回答者2名回答]

b. リフォーム担当の部署のスタッフ数

スタッフはAMと同様に比較的小人数の場合が多く、スタッフ中の技術者の割合についてもAMの場合と同様に、「半数もしくはそれ以上」という場合が大部分である。

表4-24 リフォーム従事人員

人数	1～4	5～9	10～14	15以上	無回答	合計
木住協	5	2	0	2	1	10
2×4	4	7	1	1	0	13
合計	9	9	1	3	1	23

※設問3-b「①AMと同一」の回答データを含む。

(木住協：5件，2×4：4件)

表4-25 技術者の比率

割合%	0	0-20未満	20-40	40-60	60-80	80-100	無回答	合計
木住協	1	0	0	2	3	3	1	10
2×4	1	0	1	3	1	7	0	13
合計	2	0	1	5	4	10	1	23

※80-100には100%含む。

※設問3-b「①AMと同一」の回答データを含む。

④子会社・関連協力会社の会社規模（リフォーム）

a. 資本金

資本金は1,000万円未満と5,000万円以上にほぼ二分されている。

表4-26 リフォーム部門の会社規模 [金額単位:百万円]

金額	0-10未満	10-20	20-30	30-40	40-50	50以上	合計
木住協	0	0	0	0	0	2	2
2×4	3	0	1	1	0	3	8
合計	3	0	1	1	0	5	10

※設問3-b「①AMと同一」の回答データを含む。

(木住協：1件，2×4：2件)

b. 従業員数

資本金に応じて従業員数も10人未満と15人以上に分れている。
また、従業員のほぼ半数が技術者であり、AMに比べると技術者ではないものの割合が高くなっていることが分る。

表4-27 リフォーム会社の人員

人数	1～4	5～9	10～14	15以上	合計
木住協	0	0	0	2	2
2×4	1	2	0	5	8
合計	1	2	0	7	10

表4-28 技術者の比率

割合%	0-20未満	20～40	40～60	60～80	80-100	合計
木住協	0	1	1	0	0	2
2×4	0	2	2	3	1	8
合計	0	3	3	3	1	10

※80-100には100%含む。

c. 業務内容

業務内容に関しては「他業務を兼ねる」とする場合の方が多い。
他業務の内容については、AMやリフォームと重複していると考えられるものが多い。

表4-29 兼業状況

	①リフォーム専門	②他業務も	合計
木住協	1	0	1
2×4	1	5	6
合計	2	5	7

表4-30 リフォーム業務以外の業務内容

業務内容	回答数
アフターサービス・メンテナンス	2
インテリアコーディネート、一般建築、商業施設	1
改装工事、増改築	1
解体、エクステリア、リース、損保	1

d. リフォーム以外の業務のスタッフ数

回答数が少ないが、リフォーム以外の業務のスタッフの割合が少ない場合と、多い場合にわかれている。後者の場合はスタッフが業務を兼任しているのではないかと考えられる。

また、スタッフ中の技術者の割合は半数以上が技術者であり、リフォーム事業よりも技術者の占める割合がかなり高くなっている。

表4-31 リフォーム以外業務従事人員

人数	1～4	5～9	10～14	15以上	合計
木住協	0	0	0	0	0
2×4	2	2	0	1	5
合計	2	2	0	1	5

※平均：7.20人 最小：3人最大：18人 標準偏差：9.06人

表4-32 技術者の比率

割合%	0-20未満	20～40	40～60	60～80	80-100	合計
木住協	0	0	0	0	0	0
2×4	0	0	1	3	1	5
合計	0	0	1	3	1	5

※80-100には 100%含む。

⑤ リフォームの事業化計画について

「リフォーム事業を計画している」と回答した会社について、その事業化の計画時期を尋ねたものであるが、すべて5年以内という回答であった。おそらく会社の事業計画のスパンが、5年以内に定められている場合が多いものと思われる。

表4-33 リフォーム事業計画

	①H2,3年度	②5年以内	③10年以内	④目途はない	無回答	合計
木住協	1	1	0	0	0	2
2×4	1	3	0	0	0	4
合計	2	4	0	0	0	6

⑥リフォーム事業の内容

リフォーム事業は「ガラス補修」という軽微な内容のものについては対象とする率がやや低いですが、それ以外の事業内容については、ほとんどの会社が対象にしている。特に工事金額が大きいと考えられる「住宅の増改築」・「水廻りの補修」・「屋根・外壁の補修」に関しては、無回答を除くほとんどの会社が対象としている。

表4-34 リフォーム事業内容 (回答数41)

	①住宅 増改	②水回 り	③屋根 外壁	④ベランダ ・サローム	⑤模様 替	⑥ガラス 補修	無回答
木住協	11	11	11	10	10	6	2
2×4	25	26	26	24	25	17	1
合計	36	37	37	34	35	23	3

その回答の組合せは

回答の組合せパターン	木住協	2×4	合計
1, 2, 3, 4, 5, 6	5	16	21
1, 2, 3, 4, 5	5	7	12
1, 2, 3, 4	0	1	1
1, 2, 3, 5	0	1	1
2, 3, 5, 6	0	1	1
2, 3, 6	1	0	1
1	1	0	1
無回答	2	1	3
合計	14	27	41

⑦主なリフォーム事業内容

リフォーム事業の内、主力はやはり「住宅の増改築」である。「模様替え」・「屋根・外壁の補修」がそれについているが、数は圧倒的に少なくなる。

表4-35 主なリフォーム事業 (回答数41)

	①住宅 増改	②水回 り	③屋根 外壁	④ベランダ ・サニールーム	⑤模様 替	⑥ガス 補修	無回答
木住協	9	0	2	0	1	0	2
2×4	17	2	1	0	4	0	3
合計	26	2	4	0	5	0	5

⑧各工事の設計・見積・施工の方式

設計および見積に関しては「自社」が半数、「自社または外注」が約3分の1で全面的に「外注」としている例は非常に少ない。

それに対して施工は「自社」、「外注」、「自社または外注」がほぼ3分の1ずつになっている。施工に関しては設計・見積に比べて、外部への依存率が高いことが分る。

表4-36 設計・見積・施工の方式

		①自社	②外注	③両方	無回答	合計
設 計	木住協	8	3	1	2	14
	2×4	14	0	12	1	27
	合計	22	3	13	3	41
見 積	木住協	7	1	3	3	14
	2×4	17	0	10	0	27
	合計	24	1	13	3	41
施 工	木住協	2	6	3	3	14
	2×4	9	7	11	0	27
	合計	11	13	14	3	41

⑨対象顧客

対象顧客は「自社販売住宅の顧客」とする回答が「自社・他社の住宅顧客を問わず」という回答より幾分か多くなっている。回答会社の所属では「自社・他社の住宅顧客を問わず」という回答はツーバイフォー協会のほうが割合が高い。

表4-37 対象顧客

	①自社販売	②社・他社販売	無回答	合計
木住協	9	3	2	14
2×4	15	12	0	27
合計	24	15	2	41

⑩対象住宅の種類

対象住宅については、木住協所属の会社は「戸建て在来木造」、ツーバイフォー協会所属の会社は「戸建て2×4住宅」あるいは「2×4集合住宅」を対象とする例が当然ながら多いが、ツーバイフォー協会所属の会社では「戸建て在来木造」についても対象とするという回答が多い点は注目される。また、「マンション」についても対象としている例が多い。コンクリート系集合住宅の増加傾向に対応しているものと考えられる。(表4-38~39参照)

一方、会社規模が小規模の場合、プレハブを対象に含めるという回答は皆無である。(表4-40参照)

表4-38 対象住宅の種類

	①戸建在来木造住宅	②戸建木質9住宅	③戸建2×4	④戸建鉄骨プレ住宅	⑤戸建コンクリ住宅	⑥在来木造集合住宅	⑦2×4集合住宅	⑧木質プレ集合住宅	⑨鉄骨プレ集合住宅
木住協	12	3	3	3	4	6	2	3	3
2×4	20	5	25	6	9	9	17	5	5
合計	32	8	28	9	13	15	19	8	8
	⑩マンション	⑪その他	無回答						
木住協	9	0	2						
2×4	18	3	0						
合計	27	3	2						

(有効回答39)

表4-39対象住宅の種類とその回答の組合せ

回答の組合せパターン	木住協	2×4	合計
1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11		1	1
1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	2	3	5
1, 2, 3, 6, 7, 8, 10		1	1
1, 2, 4, 8, 9, 10	1		1
1, 3, 5, 6, 7, 10		2	2
1, 3, 4, 10, 11		1	1
1, 3, 5, 6, 10	1		1
1, 3, 6, 7, 10		1	1
3, 4, 7, 9, 10		1	1
1, 3, 5, 10		1	1
1, 3, 6, 7		1	1
1, 3, 7, 10		1	1
3, 5, 7, 10		1	1
1, 3, 7		2	2
1, 3, 10		3	3
1, 3, 11		1	1
1, 5, 10	1		1
1, 6, 10	2		2
3, 7, 10		1	1
1, 3		2	2
1, 6	1		1
1, 10	2		2
3, 7		1	1
5, 7		1	1
1	2		2
3		1	1
10		1	1
無回答	1		1
合計	14	27	41

表 4-40 会社規模と対象住宅の種類

	①戸建在来 木造住宅	②戸建木質 プレ住宅	③戸建 2×4	④戸建鉄骨 プレ住宅	⑤戸建コン クリ住宅	⑥在来木造 集合住宅	⑦2×4 集合住宅	⑧木質プレ 集合住宅	⑨鉄骨プレ 集合住宅
小規模	5	0	6	0	2	3	5	0	0
中規模	14	5	10	4	7	7	7	5	4
大規模	8	2	7	3	3	4	4	2	3
無回答	5	1	5	2	1	1	3	1	1
合計	32	8	28	9	13	15	19	8	8
	⑩マン ション	⑪その 他	無回答	※規模別分類（平成元年度工事高） 小規模：0-50万円 中規模：50-200万円 大規模：200万円以上					
小規模	5	0	1						
中規模	11	1	0						
大規模	8	1	1						
無回答	3	1	0						
合計	27	3	2						

⑩対象住宅の種類で主力となるもの

木住協は「戸建て在来木造」が大部分であるのに、ツーバイフォー協会は「戸建て2×4」のほかにも「戸建て在来木造」という回答がかなり見られる。これはストックとしての在来木造住宅の多さに対応しているものと考えられる。

表 4-41 主力としている対象住宅

	①戸建在来 木造住宅	②戸建木質 プレ住宅	③戸建 2×4	④戸建鉄骨 プレ住宅	⑤戸建コン クリ住宅	⑥在来木造 集合住宅	⑦2×4 集合住宅	⑧木質プレ 集合住宅	⑨鉄骨プレ 集合住宅
木住協	10	0	0	1	0	0	0	0	0
2×4	6	0	12	1	1	0	0	0	0
合計	16	0	12	2	1	0	0	0	0
	⑩マン ション	⑪その 他	無回答	合計					
木住協	1	0	2	14					
2×4	2	0	5	27					
合計	3	0	7	41					

⑫リフォーム事業を計画していない理由

リフォーム事業を計画していない会社に対して、その理由を尋ねたものである。「事業展開の余力がない」または「ノウハウが不足」というように、社内的な理由をあげている場合が多いが、「市場が小さい」・「利幅が少ない」のように、市場に魅力を感じていない会社もある。

表4-42 リフォーム事業を計画しない理由

	①市場	②利幅	③競つが	④競争	⑤ノウハ	⑥事業開	⑦その他	合 計
	小さい	少ない	めない	激しい	不足	ぬれ		
木住協	1	2	1	1	3	4	1	13
2×4	3	2	4	1	3	6	6	25
合 計	4	4	5	2	6	10	7	38

(回答数20社)

その回答の組合せは

回答の組合せパターン	木住協	2×4	合 計
1, 2, 7		1	1
1, 3, 5		1	1
1, 3, 6		1	1
1, 4, 5	1		1
2, 5, 6	1		1
3, 5, 6	1		1
4, 5, 7		1	1
5, 6, 7		1	1
2, 6		1	1
3, 7		1	1
2	1		1
3		1	1
6	2	3	5
7	1	2	3
合 計	7	13	20

⑬リフォーム事業の今後の見通し

全般的には拡大傾向にあるとする見方が大部分である。事業内容についてみると、「水廻りの補修・改装」がもっとも有望視されており、「増改築」がそれに次いでいる。「屋根・外壁の補修・改装」あるいは「内装の補修・改装」については、拡大は期待できるとしているものの、やや消極的な見方が多い。（表4-43～46参照）

また、今後の市場規模全般の予測に関しては、会社規模が小規模の場合にやや消極的な意見が増える傾向にある。（表4-47～48参照）

表4-43 増改築の市場

	①かなり拡大	②やや拡大	③拡大見込ない	④わからない	無回答	合計
木住協	11	9	1	0	0	21
2×4	18	17	2	1	2	40
合計	28	27	3	1	2	61

表4-44 屋根・外壁の補修・改装市場

	①かなり拡大	②やや拡大	③拡大見込ない	④わからない	無回答	合計
木住協	5	15	1	0	0	21
2×4	14	21	1	2	2	40
合計	19	36	2	2	2	61

表4-45 水廻りの補修・改装市場

	①かなり拡大	②やや拡大	③拡大見込ない	④わからない	無回答	合計
木住協	10	11	0	0	0	21
2×4	21	13	2	2	2	40
合計	31	24	2	2	2	61

表4-46 内装の補修・改装市場

	①かなり拡大	②やや拡大	③拡大見込ない	④わからない	無回答	合計
木住協	5	14	1	0	1	21
2×4	17	20	1	0	2	40
合計	22	34	2	0	3	61

表 4-47 今後の市場規模全般

	①かなり拡大	②やや拡大	③拡大見込ない	④わからない	無回答	合計
木住協	7	10	1	1	2	21
2×4	18	17	2	1	2	40
合計	25	27	3	2	4	61

表 4-48 会社規模×今後の市場規模全般

	①かなり拡大	②やや拡大	③拡大見込ない	④わからない	無回答	合計
小規模	4	7	1	2	0	14
中規模	8	10	1	0	2	21
大規模	5	6	0	0	2	18
無回答	8	4	1	0	0	8
合計	25	27	3	2	4	61

※規模別分類（平成元年度工事高）

小規模：0-50億円 中規模：50-200億円 大規模：200億円以上

⑭リフォーム事業についての意見

<木住協>

- ・昨今の技術者不足の折からリフォームに関して多能者の養成が急務と思います
- ・幅が広く、対応に非常に手間がかかる、その割に利益が少ない。リフォームは一件当たり単価が低いにもかかわらず、そのアフターメンテナンスが大変である。施主の要望が多岐にわたり、対応が難しい。誠意がなかなか施主にわかってもらえない。一部問題業者がある為、市場の発展が疎外される恐れが非常に大きい。
- ・アフターサービス・メンテナンスについては、大工労力不足のため早急の対応に骨を折っているのが現状ですが、今後新築工事は減少の傾向と思うがリフォーム事業はむしろ拡大すると思われます。リフォーム・メンテナンス等を積極的に行い、これにより新築、建替の需要を引出す事が必要と思われる。労力不足についてはStrutnu Teamの編成を行い対処すべきであると思います。

- ・現在の住宅建築はユーザーの生活様式・建築技術の向上により、耐久性も向上している為、リフォーム事業はますます発展して行くでしょう。また設備に関しても性能のアップ・エネルギー資源の減少の為、これまたリフォーム事業が拡大され、同時にその担当部門での教育の必要にせまられると考える。ゆえにある程度の長期計画が本体新築部門（会社）とコミュニケーションを計り進められて行く事に成ります。

< 2 × 4 協会 >

- ・土地の高騰、建築費の高騰等で新築は建替、遠隔地での住宅建築に限られて来るものと思われ首都圏では家族構成の変化を増築、改築で補う傾向になって来ていると思われ。リフォーム事業は隙間産業の一つとして今後まだまだ伸びると判断いたします。年季の入った職人（特に大工職・左官職）が不足していることを考えますと2 × 4工法等プレハブ傾向が強まるものと思います。素人の器用な人ならできる建材、工法の開発が進むのではないかと思います。
- ・ a. リフォームと本格建替との営業戦略上の住み分けの検討。 b. リフォーム専門技術・技能のレベルアップと人材の確保。 c. リフォーム用材料及び工具の開発。 d. 新築用建材に関するリフォーム適性の評価検討。 e. リフォーム促進のための税制・金融等の改善。 f. リフォームの技法と住宅建設工法との関連研究等について一層の前進が必要である。
- ・市場は拡大するが、事業かするにはまだ難しい。
- ・専門的かつトータルなサービスを持った事業展開が望まれ要求される。現状は本格的なリフレッシュとはいえない内容が多い。（特に設計・デザインといった技術者が関わらないケースがほとんどでは？）
- ・ a. 提案型（コーディネーターを用いて顧客に会社からの考え方を提案していく） b. グレードアップにより工費・利益の拡大をねらう。（付加価値をいかに増大させるか）
- ・大変難しい。
- ・リフォーム事業については、難しい面もあるが着実に伸びていくと思う。
- ・今後のリフォーム事業は拡大するが、対応するには、手間がかかり技術と経験が必要である。客は多いが、その辺で拡大するには、もう一歩と考えている。

- 地域的に寒冷地域のためにリフォームとして風除室、サンルーム、一部屋増築が一番多いが、今後公庫金利の上がるのが進むにつれ、リフォームが多くなると思われる。
- 当社は不動産販売会社です（リフォーム会社ではない）。下取り物件をリフォームし販売を行っている。当社負担工事で月50棟位リフレッシュ工事をしている。木造、マンション、2×4各物件をリフォームし、お客様に良い建物をお渡しています。工事は全棟、協力会社へ発注しています。1棟当たり平均 200～300万円位かかります。
- a. 今後の市場規模は、かなり拡大すると思うが、各地に工務店、設備店をいかに組織かする事がポイントになると思う。b. 受注活動は各社が行い、例えばリフォームセンター等の組織が一括受注・施工する方法も考えられる。
- 当社建物について築10～25年のリフォームが一番多いが構造体については建築当時と変わらない強度を持っている。これを壊して建替える事は損失につながる。今後ますます職人が不足していく現状、できる限り改造施工によって家の強度及び質を高めて行くことによりリフォーム事業が拡大する事を望む。改造は高くつく又壊して建替えた方が安い等々誤った通念のもとに不経済な事をしているように思われる。
- 市場そのものは拡大するが人件費率が高く専門化する。
- 工事受注額の割には、専門的な技術者を必要とし、また工事が予想以上に困難な場合が多く結果として利益を圧迫している。その為単にリフォーム工事だけでは事業として、成り立ちにくく何らかの付加価値をプラスする事が、必要と思われる。

4-3 住宅リフォーム・メンテナンス対応の実情と今後の課題

(1) 住宅リフォーム・メンテナンスの実情

以上アンケート調査結果について述べてきたが、要約すると次のようにまとめられよう。

- リフォーム市場に関しては、将来有望であると見ている会社が大部分である。
- しかしながら現状の取組み方では、比較的小規模の組織で行なっている場合がほとんどである。またアフターサービス・メンテナンス（AM）の担当と組織的に重なっている場合も少なくない。

- ・AMについてもリフォームについても別組織とする例はまだ少ない。事業としての規模がまだ小さいことが主な理由と考えられる。
- ・期待は「増改築」・「水廻りの補修・改装」に集まっている。しかしながらリフォームという言葉の概念についての混乱も一部に見られる。
- ・ターゲットとしては、ストックの多い戸建て在来木造住宅を考えている場合が多い。ストックの多さという点では、いわゆるマンションもターゲットになり得る。
- ・会社規模でみると小規模な会社には、ターゲットや今後の市場動向についてのやや消極的な姿勢がみられる。

(2) 住宅リフォーム・メンテナンスの今後の課題

今後の課題としては、まずリフォーム事業そのものの概念の明確化が必要と思われる。一部ではAMと同一の事業部門が担当している例も見られるが、両者を混同したイメージをもたれることは是非とも避けるべきである。一般にAMに関しては、欠けた部分の補填、あるいは瑕疵の保障というような、マイナスを補うイメージをもたれることが多い。それに対してリフォームは、従来の建物にプラスの価値を積極的に付加えるというべきものであろう。もちろんどちらが良いとか悪いとかの問題ではないが、両者の混同は将来の事業展開に悪い影響を及ぼさないとも限らない。

「住宅のリフォーム市場実態調査」（財団法人日本住宅リフォームセンター、平成元年10月）によると住宅リフォームの市場規模は全国で年間約7兆円とされている。しかしながら市場そのものが分散し、細分化されているために、各社とも具体的なノウハウを十分に蓄積していないものと思われる。またこれは同時にユーザーにもノウハウが欠けていることを意味している。ユーザーがリフォームという言葉から内容を明確にイメージできるようにすることが必要である。

また、具体的なリフォーム技術の蓄積等についても今後の課題のひとつと言えよう。扱うべきリフォームの内容が明確になれば、具体的な事例を収集していくことで施工技術を集積することが可能となり、さらには新たな技術開発あるいは部品開発等の必要性についての検討

が可能となる。また現時点ではユーザーの間に不信感の強い積算基準についても、実例の分析によって明確にしていくことが可能になる。それによってユーザーの不信を除くことができれば、リフォームの一層の市場規模拡大につながることは間違いない。

最後になるが、自由記述意見の中にひとつ示唆に富むものがあった。「当社は不動産販売会社です。（リフォーム会社ではない）。…」というもので、それでも月間50棟程の住宅の「リフレッシュ工事」を行っていると述べられている。居住者が主体となって行なう自宅のリフォーム以外に、中古住宅の転売に伴うリフォームにもかなり大きな需要があることを予測させられる。この場合には不動産販売会社が、自社保有物件を対象にしてリフォームを行なうことになり、需要が定常的に、またある程度まとまって存在することが予想される。したがってこの分野は、経験を重ねて技術的ノウハウの蓄積を行なうためには大いに注目してよいものと思われる。

5. 町場の工務店におけるリフォーム、メンテナンス対応の状況調査

5-1 調査の概要

(1) 調査目的

調査は、町場で木造住宅を中心に住宅生産活動営んでいる工務店を対象として、その業務活動の概要と、その中でのリフォーム・メンテナンスの位置づけや、その取り組みなどについて調査し、町場の工務店活動におけるリフォーム・メンテナンスへの対応のあり方についての問題点や今後の検討課題を明らかにすることを目的としている。

(2) 調査時期

調査時期は、平成2年9月～12月である。

(3) 調査対象と調査方法

調査対象として、東京都八王子市の工務店を選定した。八王子市は、昭和53年に策定された「八王子市基本構想」により、図5-1に示すような5つのゾーンに分けられており、各ゾーンは住宅生産についても各々特色がみられる。

調査対象工務店は、地元の関係団体の協力を得て、地域や規模のバランスを考慮して150件選んだが、調査の回答が得られたのは48件であった。その地域別の数は表5-1、分布は、図5-2に示すとおりである。

調査票は次に示すものであるが、これをあらかじめ調査先に届けておき、調査員が後日直接面接しヒアリングを行うという方法で調査している。

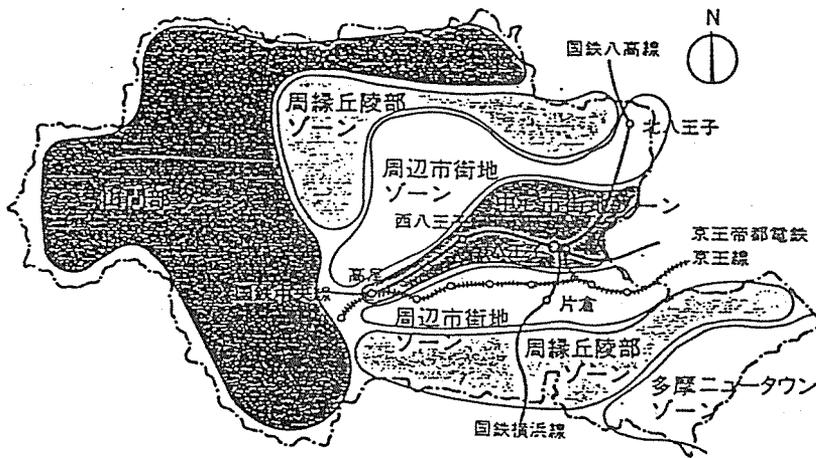


図5-1 八王子市の地域区分

表5-1 回収結果の地区別の内訳

合 計	48 件
中心市街地	20 件 (41.6%)
周辺市街地	15 件 (31.2%)
周縁丘陵部	3 件 (6.3%)
多摩ニュータウン	2 件 (4.2%)
山 間 部	8 件 (16.7%)

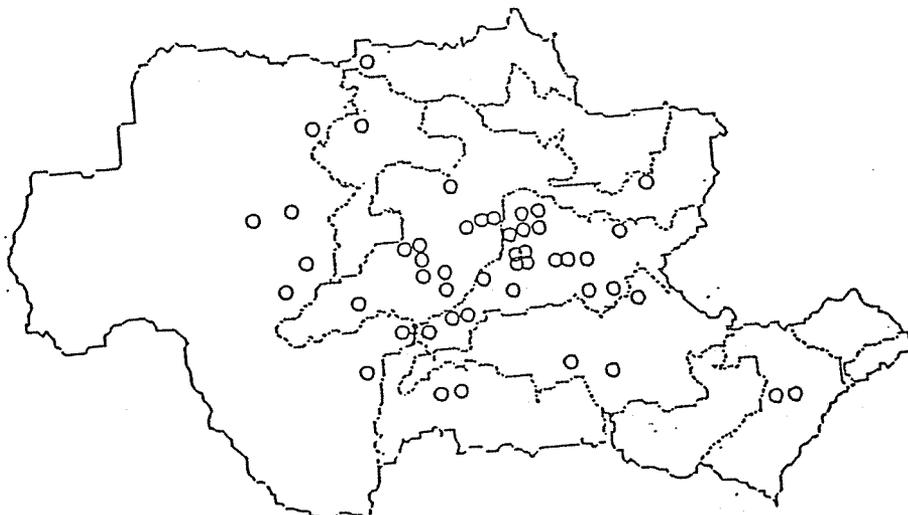


図5-2 調査事業所の分布

工務店の増改築工事に関するアンケート

1. 貴事業所の概要
 事業所名 _____ 事業主名 _____ 年齢 _____ 歳 _____ 代目 _____ 年
 所在地 都道府県 _____ 市区町村 _____ 丁目 _____ 番 _____ 号 _____
 従業員 正社員 _____ 人 _____ その他 _____ 人 _____ 平均年齢 _____ 歳

2. 事業形態についてお答え下さい。
 1. 個人 2. 法人(株式、有限、合資、合名) _____ 万円
 法人の場合は資本金はいくらですか。 _____ 万円
3. 許可取得はつぎのうちどれになりましたか。該当するものに○印を付けてください。
 1. 大工事業 2. 建築工事業 3. 土木工事業 4. とび・土工工事業
 5. その他() 工事業
4. 本工事の施工は主にとどのようなやり方ですか。該当するものに○印を付けてください。
 1. 自分あるいは、自社工が直接施工する。 2. 仲間と共同で施工する。
 3. 下請大工に施工させ、自社工で監督する。 4. 全体を外注する。

5. 貴事業所の昨年度一年間での工事のおおよその売上高(工事高)、その工事毎の構成比、また各工事について一式請負工事、木工事の受注割合をお答え下さい。

売上高(工事高) 万円

工事種別	新築	増設	改築	補修	改修	その他	合計
構成	%	%	%	%	%	%	100 %
一式請負工事	%	%	%	%	%	%	%
木工事	%	%	%	%	%	%	%
一式、木工事	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

6. 貴事業所の昨年度一年間での工事の受注状況をお答え下さい。
 1. 新築の場合
 直接受注工事 _____ % 面接受注工事 _____ %
 下請け工事 _____ % 下請け工事 _____ %
7. 昨年施工した工事の内容についてお伺いします。工事種別、構造、建築物用途、工事依頼関係については該当するものに1つ○印を付けてください。

記入所

工事先の住所	工事種別	構造	建築物用途	面積
八王子市元町区元町四丁目	新・増・改・その他 (築年 7年)	木造・鉄骨造 RC造・2×4 軽量鉄骨造 その他	戸建住宅 共同住宅 店舗 その他	19.8㎡ 金額 300万円
工事の依頼関係 (注1)の中から選び○印を付けてください)	1. 2. 3. 4. 5 (新・増・改・モ) 6	()	()	()

工事先の住所	工事種別	構造	建築物用途	面積	
				㎡	万円
市区町 丁目	新・増・改・その他 (築年)	木造・鉄骨造 RC造・2×4 軽量鉄骨造 その他	戸建住宅 共同住宅 店舗 その他	金額	万円
工事の依頼関係 (注1)の中から選び○印を付けてください)	1. 2. 3. 4. 5 (新・増・改・モ) 6	()	()	()	()

工事先の住所	工事種別	構造	建築物用途	面積	
				㎡	万円
市区町 丁目	新・増・改・その他 (築年)	木造・鉄骨造 RC造・2×4 軽量鉄骨造 その他	戸建住宅 共同住宅 店舗 その他	金額	万円
工事の依頼関係 (注1)の中から選び○印を付けてください)	1. 2. 3. 4. 5 (新・増・改・モ) 6	()	()	()	()

工事先の住所	工事種別	構造	建築物用途	面積	
				㎡	万円
市区町 丁目	新・増・改・その他 (築年)	木造・鉄骨造 RC造・2×4 軽量鉄骨造 その他	戸建住宅 共同住宅 店舗 その他	金額	万円
工事の依頼関係 (注1)の中から選び○印を付けてください)	1. 2. 3. 4. 5 (新・増・改・モ) 6	()	()	()	()

工事先の住所	工事種別	構造	建築物用途	面積	
				㎡	万円
市区町 丁目	新・増・改・その他 (築年)	木造・鉄骨造 RC造・2×4 軽量鉄骨造 その他	戸建住宅 共同住宅 店舗 その他	金額	万円
工事の依頼関係 (注1)の中から選び○印を付けてください)	1. 2. 3. 4. 5 (新・増・改・モ) 6	()	()	()	()

※注1. 工事の依頼関係

1. 知人の紹介により依頼された。
2. 懇話関係により依頼された。
3. 広告を通しての依頼であった。
4. 依頼関係は全くない。
5. 以前、手掛けたことがあるところから依頼された。(その場合以前の工事は新築、増設、改築、その他のいずれれに当てはまりますか。)
6. その他

8. (1) 工事現場で使用される新築と増改築の部材の出荷を記入してください。(新築・増改築共に同じであれば、どちらかに記入ください。)(複数回答)

新築	大壁柱		真壁柱		土台		梁		桁	
	軒	間	大	引	太	間	柱	間	柱	梁
増改築	大壁柱		真壁柱		土台		梁		桁	
	軒	間	大	引	太	間	柱	間	柱	梁

(2) 新築と増改築工事と比べ、部材寸法に違いがあるものに○印を付けて下さい。(複数回答可)

1. 大壁柱 2. 真壁柱 3. 土台 4. 梁 5. 桁 6. 小壁梁 7. 大引 8. 樫太 9. 間柱 10. 副柱

9. 工事現場の木造工事には通常要する主な下地について、取引軒数、取引年数、所在地、関係を記入してください。(取引関係については注2の項目の中で該当するものに1つ○印を付けてください。)(複数回答)

業種	取引軒数	取引年数	所在地	取引関係	本注
下請大工	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
とび	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
屋根	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
板金	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
足	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
左官	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
タイル	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
塗	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
内装	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
その他	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

10. 工事現場が直接購入する部材・部品について、その購入(材木店や商社)の取引軒数を、また主な業者の所在地と取引関係を記入して下さい。(取引関係については注3の項目の中で該当するものに1つ○印を付けてください。)(複数回答)

業種	取引軒数	取引年数	所在地	取引関係	本注
材木店	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
建材店	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
サツジ店	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
	軒	年	市	町	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7

本注3 1. 以前から取引をしていたから。 4. 信用があるから。 7. その他
 2. 安く仕入れられるから。 5. 知人の紹介だから。 8. 関係があるから。
 3. 品目が使われているから。 6. 外資により依頼されたから。

11. 1) 工事現場に付いて昨年と今年を比較して該当するものに1つ○印を付けて下さい。

- 全売上高について 1. 増えた 2. 変わらない 3. 減った
- 受注状況について (新築) 1. 増えた 2. 変わらない 3. 減った
 (増改築) 1. 増えた 2. 変わらない 3. 減った

2) これまでに新築、増改築のどちらに力を入れてこられましたか。該当するものに1つ○印を付けてください。

1. 新築 2. 増改築 3. 両方とも

3) 増改築の工事を行うに当たって、取組み方について該当するものに1つ○印を付けてください。

1. 積極的 2. どちらでもない 3. 消極的

4) 増改築の工事を引き受ける場合の条件について、該当するものに○印を付けてください。

1. 以前、工事を行ったところなら引き受けてもいいと思ってる。(複数回答可)
 2. 近所の工事なら引き受けてもいいと思ってる。
 3. 知人の紹介なら引き受けてもいいと思ってる。
 4. 時間的に余裕があったら引き受けてもいいと思ってる。
 5. 条件にこだわらない。
 6. その他()

5) 増改築の工事を引き受けない場合の条件について、該当するものに○印を付けてください。

1. 以前、工事を行ったことがないから。 4. 遠隔地の工事だから。(複数回答可)
 2. 時間的に余裕がないから。 5. 地主の要請がこまかいから。
 3. 知人の紹介でないから。 6. その他()

6) 新築工事と増改築工事とでは、仕事のやり方に違いがありますか。該当するものに○印を付けてください。

1. 有る 2. 無い

有ると答えた方は、該当するものに○印を付けてください。(複数回答可)

1. 下請業者を雇える。
 2. 使用材料に違いがある。
 3. 下請大工に施工させ、自社で工事監理する。
 4. 全体を外注する。
 5. その他()

7) 今後、新築と増改築のどちらに力を入れていこうと御考えですか。該当するものに1つ○印を付けてください。

1. 新築 2. 増改築 3. 両方とも

8) 近所の増改築を行うことは、同じ地味住民として悪質のあることだと思いませんか。該当するものに1つ○印を付けてください。

1. なると思う。 2. 多少なめになると思う。
 3. あまりなめにならないと思う。 4. 待て悪質はしていない。
 5. その他()

御協力ありがとうございます。

5-2 調査結果

(1) 調査事業所、事業主の概要

調査対象となった事業所の規模について、年間工事高からみた分布と、その地区別の様子を図5-3、4に示す。規模の大きい事業所は中心市街地と周辺市街地および、周縁丘陵部に限られている。

事業所の形態について地区別の様子を示したものが図5-5であり、法人事業所の資本金の分布は、図5-6のとおりである。中心市街地の事業所は法人化されているものが多い。

事業所の創業年代は、図5-7に示すとおりであるが、1960年代以降の創業の事業所が多いことがわかる。創業以降の年数と年間完成工事高の関係は、図5-8に示すとおりであるが、古い事業所が規模が大きいとは限らないことがわかる。

事業主の年齢は、図5-9に示すように50代が最も多く、次いで40代、60代が多い。また、図5-10に示すように一代目、即ち自分で創業した事業主が多い。

従業員数の分布は、図5-11に示すとおり、少ない事業所が多いが、ばらつきも大きい。事業所の地区別にみると図5-12に示すとおり、周縁丘陵部の事業所が最も多く、事業形態別みると、図5-13に示すとおり、株式会社と有限会社のもが多くなっている。従業員数と年間完成工事高の相関は、図5-14に示すとおりであり、工事高が大きい程従業員が多い傾向が明かであるが、分布の幅もある。従業員の平均年齢は図5-15に示すとおり、40代が最も多くなっている。

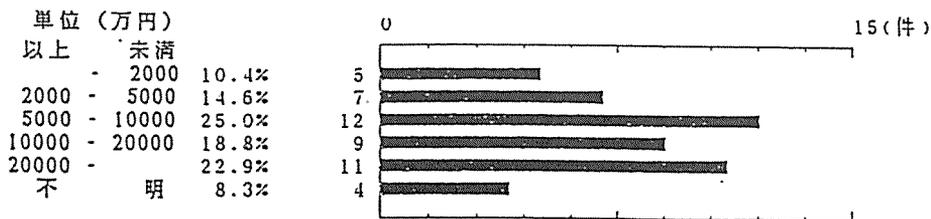


図5-3 事業所の規模

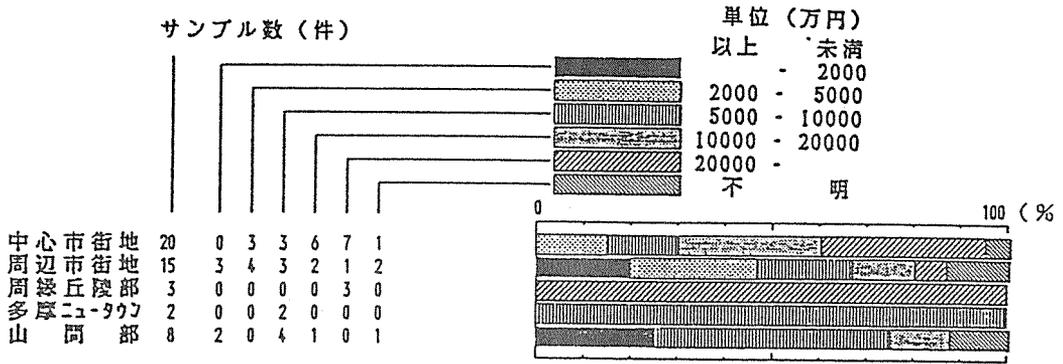


図5-4 地区別に見た事業所規模

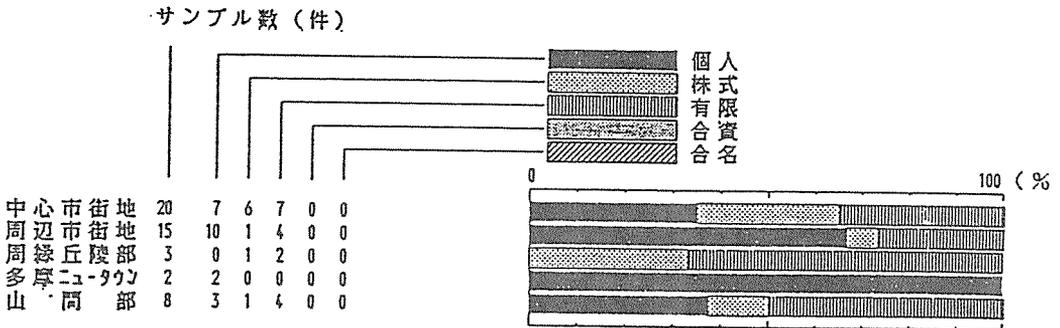


図5-5 事業所の地区別に見た企業形態

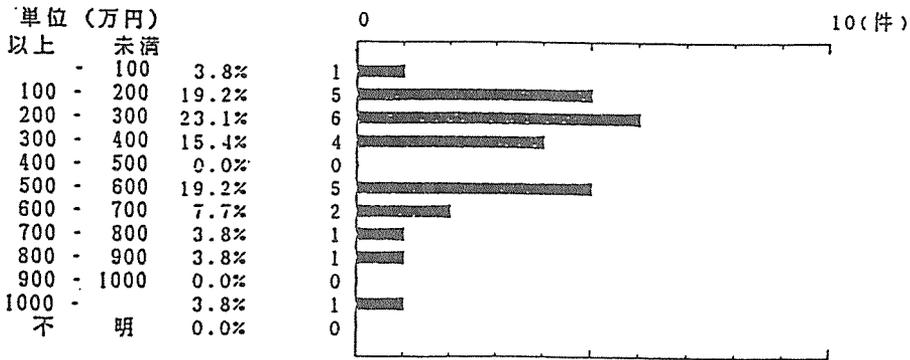


図5-6 法人事業所の資本金

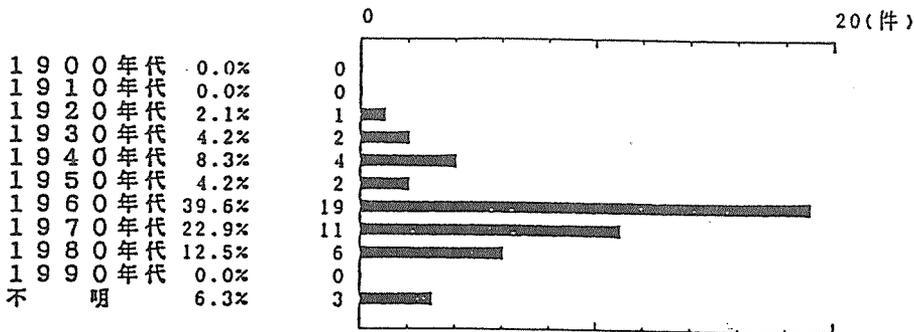
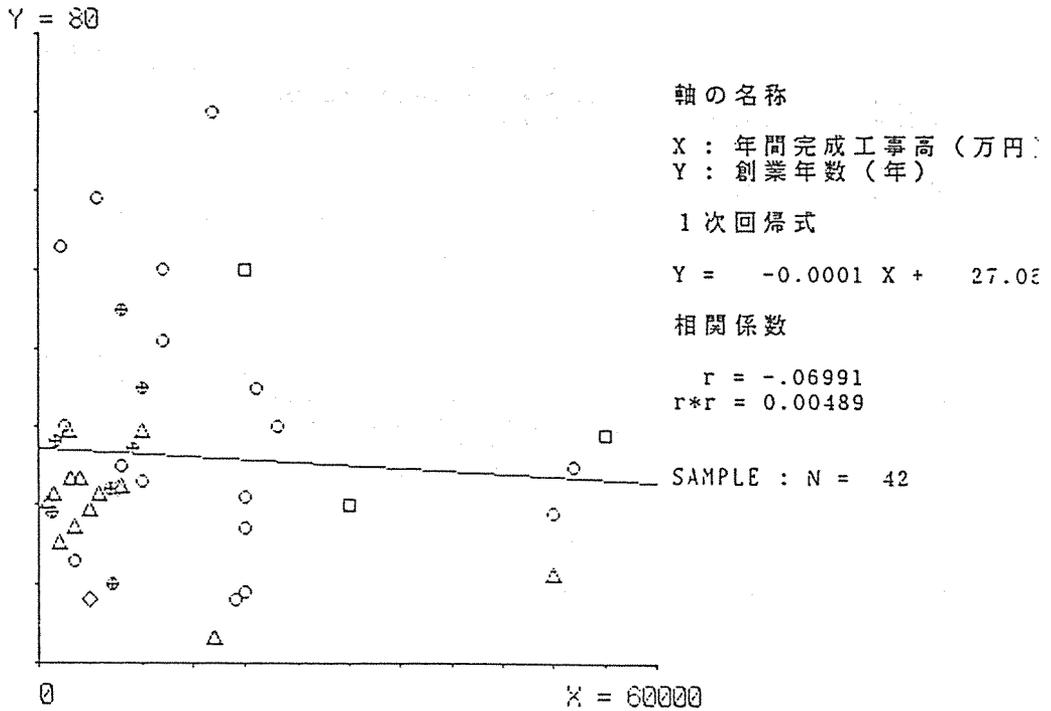


図5-7 事業所の創業年代



*** 地区形式 ***

中心市街地	○
周辺市街地	△
周縁丘陵部	□
多摩ニュータウン	◇
山間部	⊕

図5-8 事業所地区別完成工事高と創業以後の年数の関係

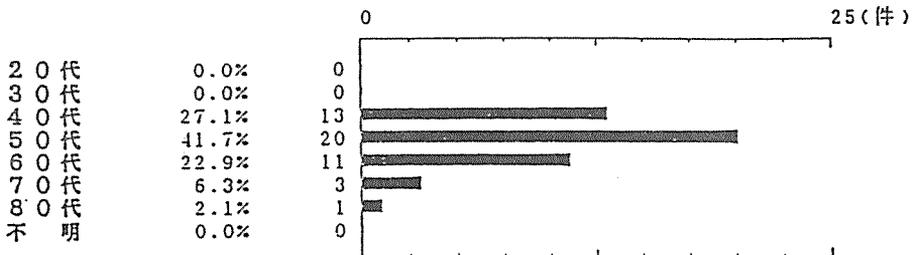


図5-9 事業主の年齢

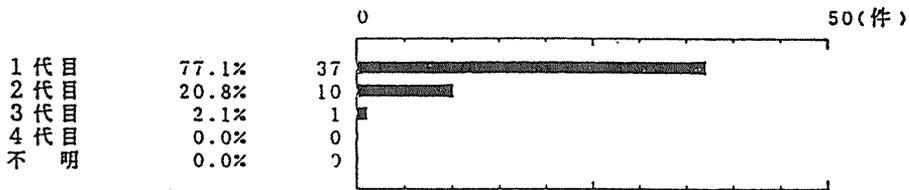


図5-10 事業主の代目

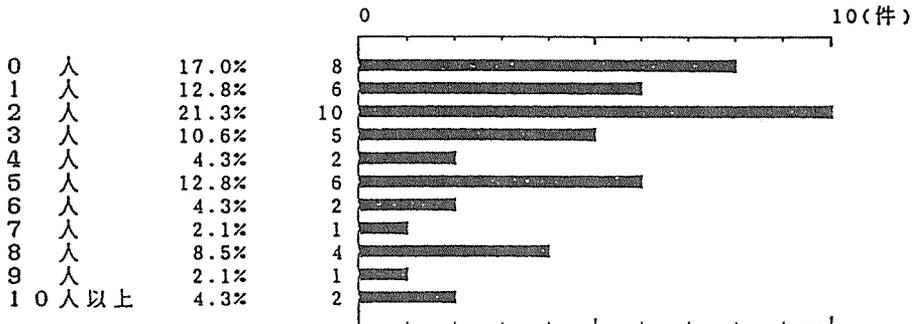


図5-11 全従業員の人数

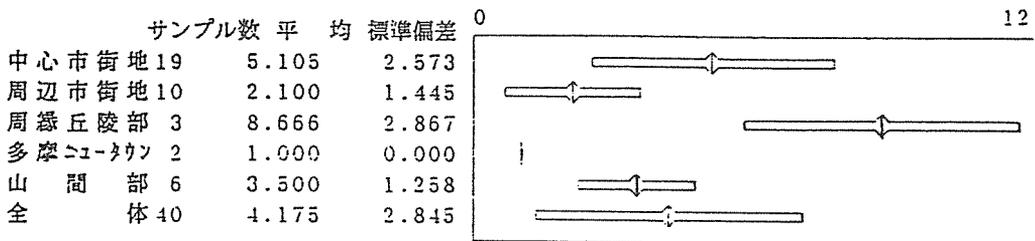


図5-12 事業所地区別にみた全従業員数

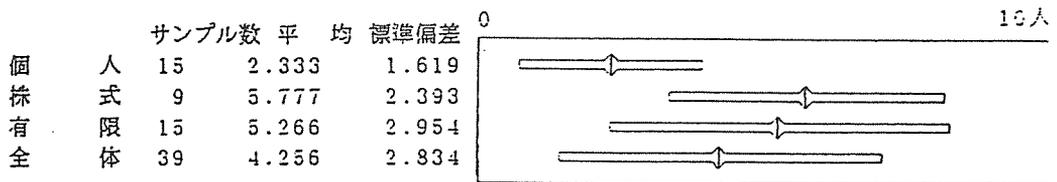
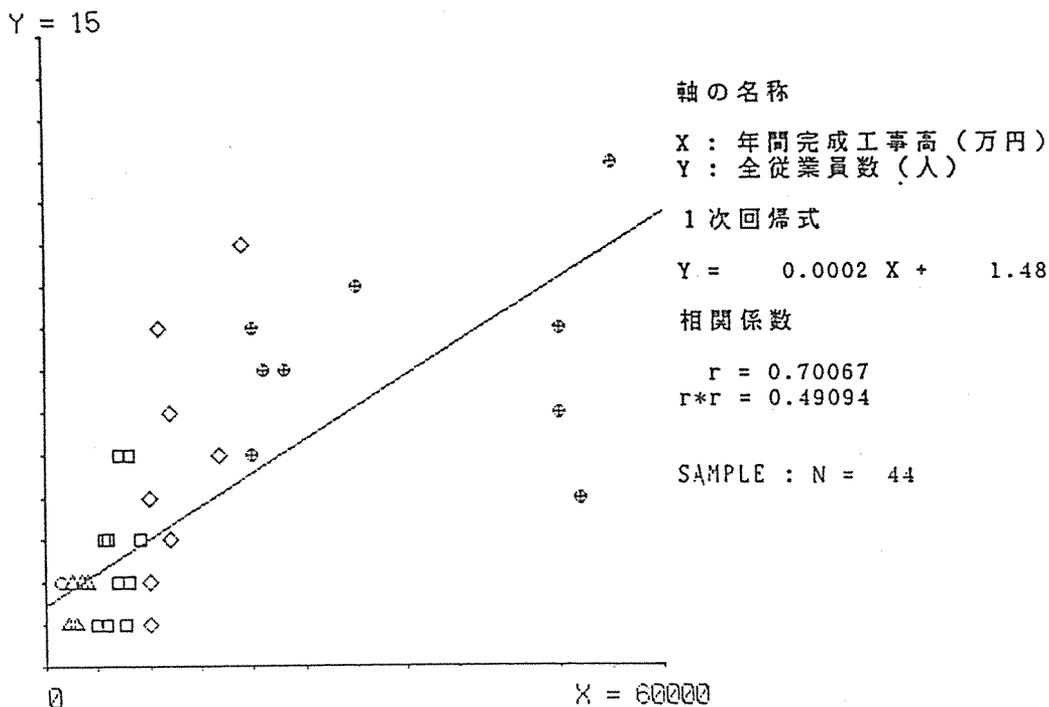


図5-13 事業所地区別にみた全従業員数



*** 規模形式 ***

	- 2000万円未満	○
2000万円以上	- 5000万円未満	△
5000万円以上	- 1億円未満	□
1億円以上	- 2億円未満	◇
2億円以上		⊕

図5-14 事業所規模別年間完成工事高と全従業員数の関係

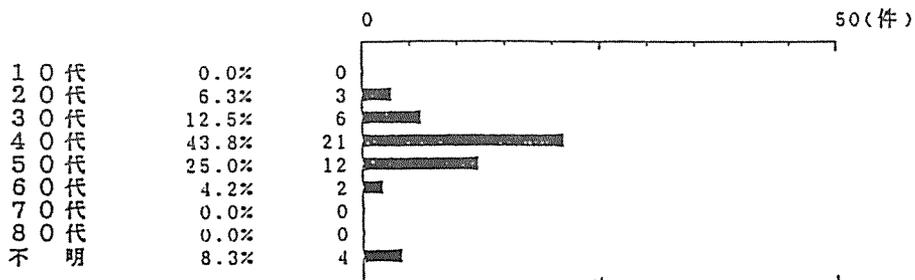


図5-15 従業員の平均年齢

事業所の許可業種別の様子は、図5-16に示すとおりであり、建築工事業一種類が大多数であることがわかる。許可業種の種類と事業所規模事業所の所在地、企業形態との関係は、各々図5-17、18、19に示すとおりである。大工工事業一種類の事業所は、規模の小さい個人営業に限られ、また複数の許可業種のものには有限会社に多いことがわかる。

施工方法の様子は図5-20に示すとおりである。自分もしくは自社大工での施工が大多数を占めている。施工方法と、事業所規模、事業所の所在地および企業形態の関係を各々図5-21、22、23に示す、下請や外注は事業規模が大きい程多く、また、所在地でみると周縁丘陵部で、企業形態別では有限会社で、下請や外注の割合が多目になっている。

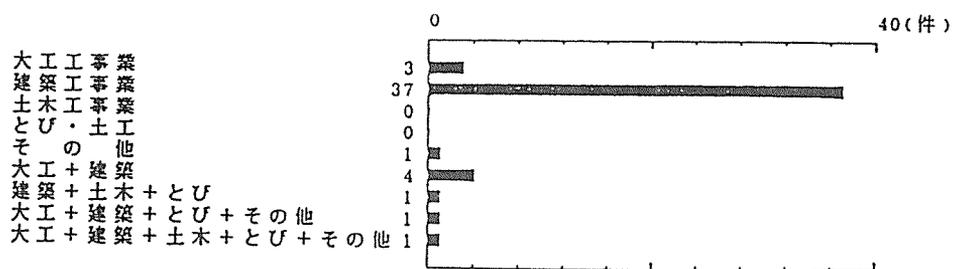


図5-16 許可業種

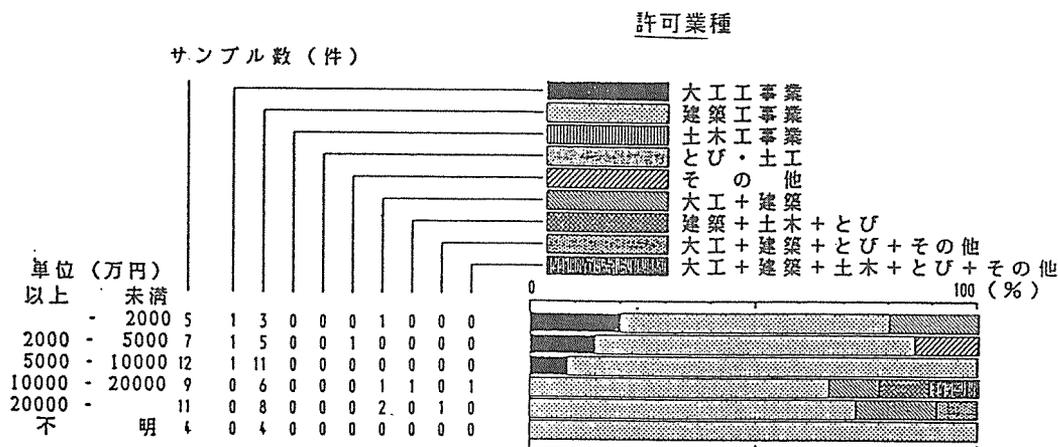


図5-17 事業所の規模別にみた許可業種

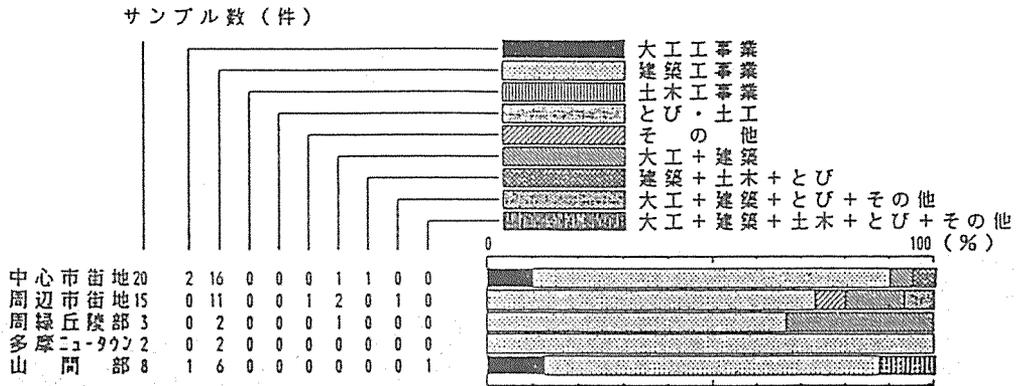


図 5-18 事業所の地区別に見た許可業種

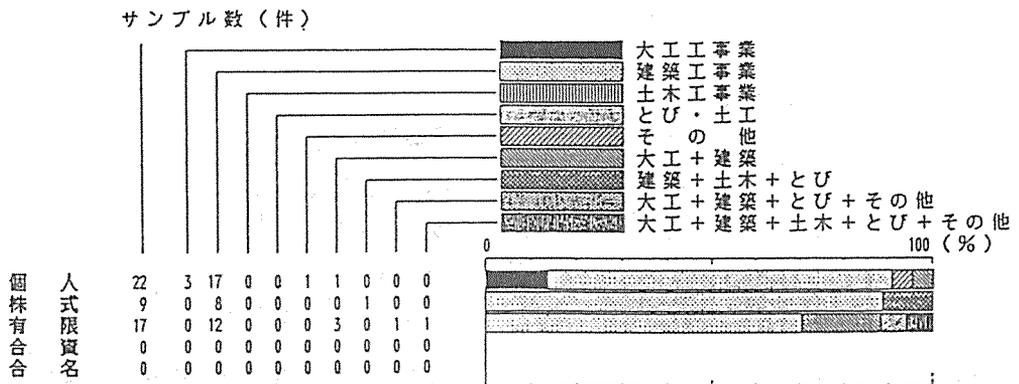


図 5-19 事業所の形態別に見た許可業種

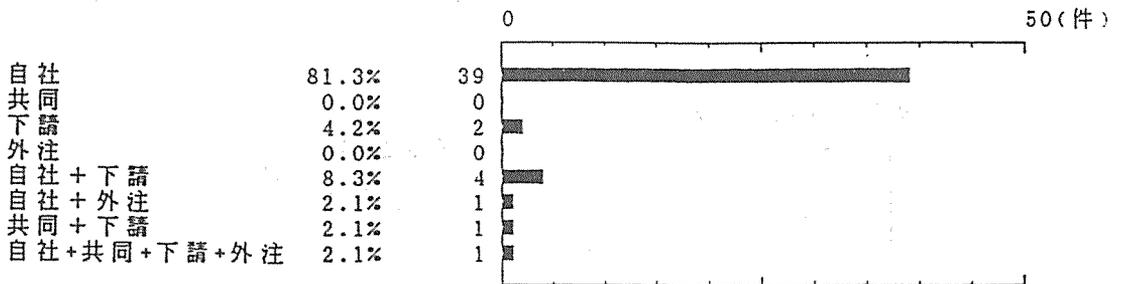


図 5-20 事業所の施工方法

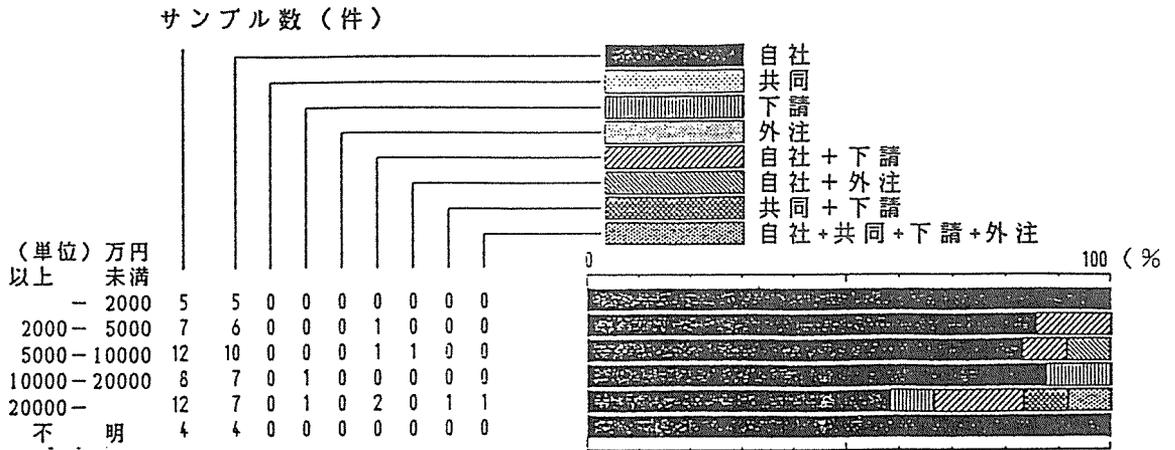


図5-21 事業所の規模別にみた施工方法

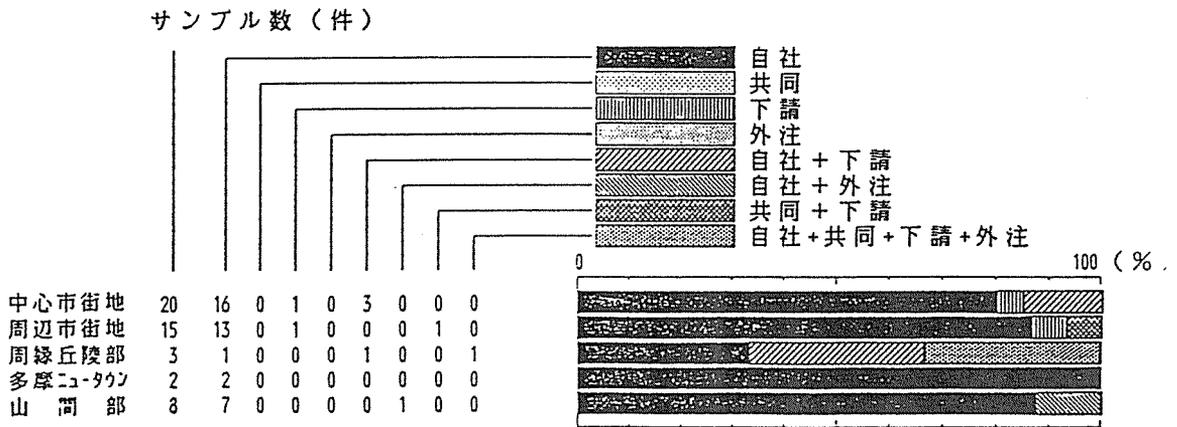


図5-22 事業所の地区別にみた施工方法

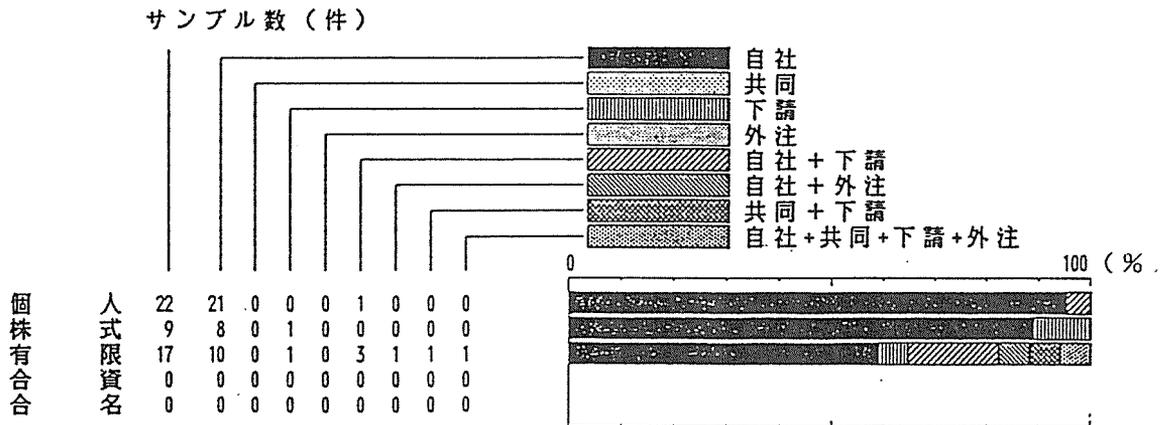


図5-23 事業所の形態別にみた施工方法

(2) 工事高の構成

工事を、新築、増築、などの工事種別に区分し、年間工事高における各々の構成割合の様子を示したものが図5-24である。平均で見ると、新築61%、増築21%、改築12%、補修3%、改装2%、その他1%ということになる。新築、増築、改築について、構成割合の分布を示したものが、図5-25、26、27である。

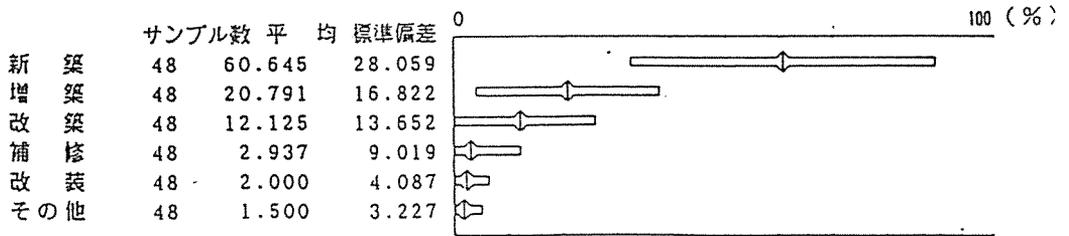


図5-24 工事高における工事種別の構成割合

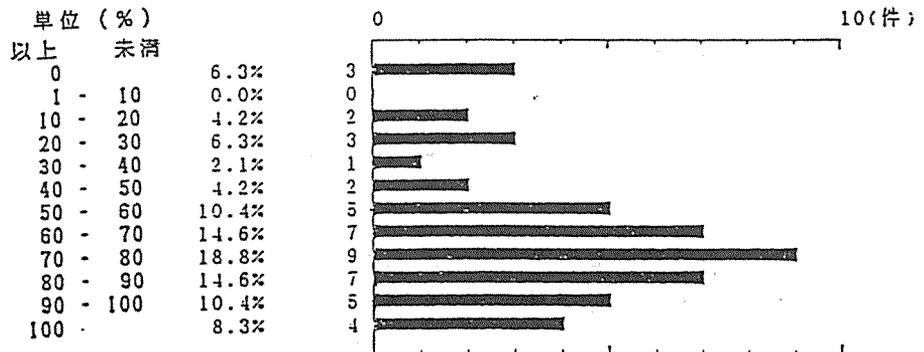


図5-25 新築工事の構成割合の分布

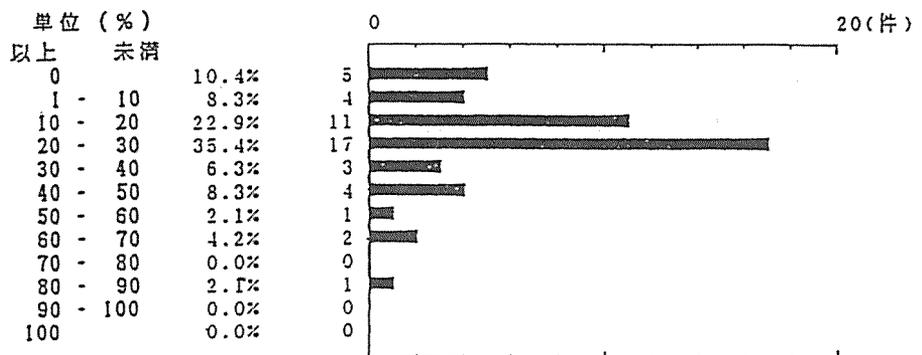


図5-26 増築工事の構成割合の分布

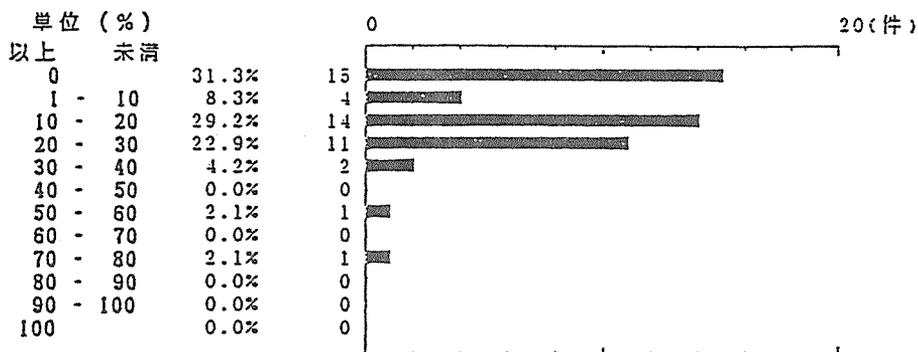


図5-27 改築工事の構成割合の分布

(3) 工事内容

1989年度1年間の工事先について、所在地の分布を示したものが、図5-28である。八王子市内が大多数であり、その中でも周辺市街地が最も多くなっている。山間部の工事数も比較的多い。

新築、増築などの工事種別で件数をみたものが、図5-29である。図5-29で増改築は、調査票表の記入が増築と改築の両方に○を付けているというものである。新築は58%、増築、改築、増改築を合わせると33%であり、工事高の割合とはほぼ同じ割合である。工事の時期について、増築等では、対象住宅の築後、新築では前住宅の築後何年であるかの分布を示したものが図5-30である。10~15年が最も多く、次いで15~20年が多い。

構造種別と用途別の分布図名は図5-31、32に示すとおりである。木造戸建て住宅が主であることがわかる。

工事が依頼された関係は、図5-33に示すとおりである。知人の紹介が最も多く、以前手掛けた、縁故関係、も多い。

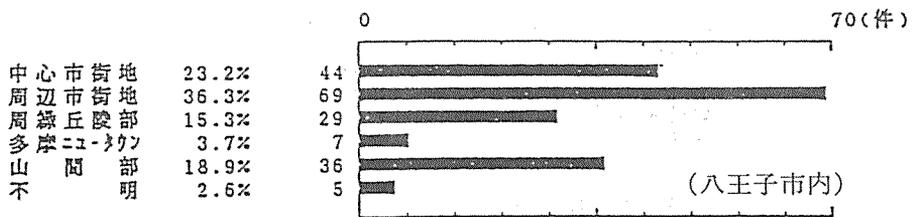
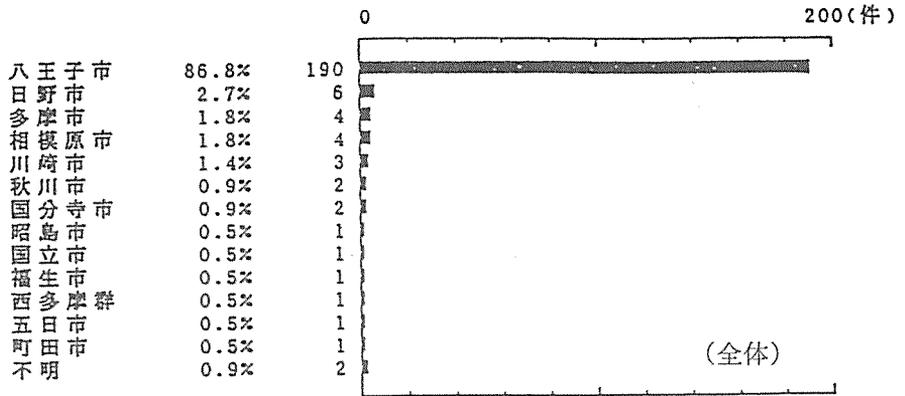


図5-28 工事先

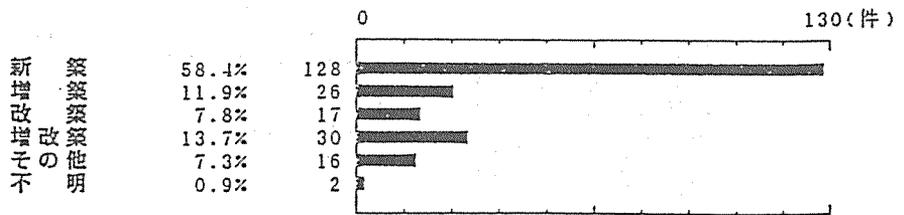


図5-29 工事種別

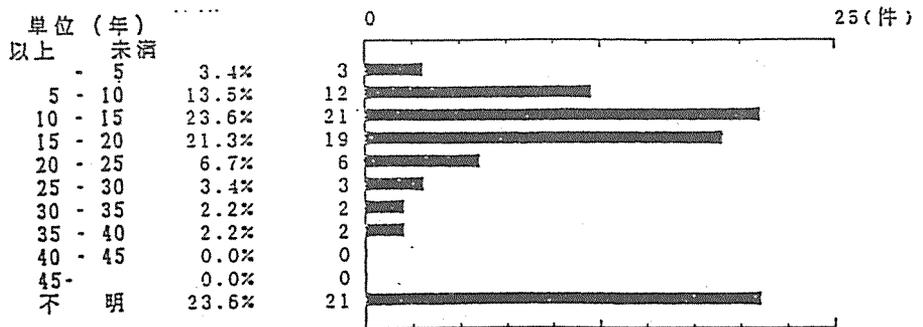


図5-30 築後の経過年別に見た工事件数

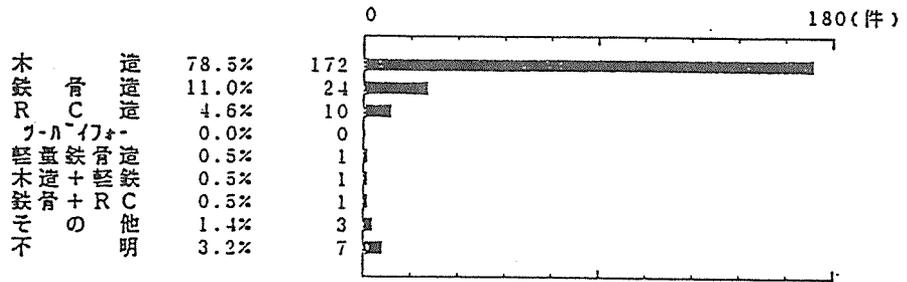


図5-31 構造種別

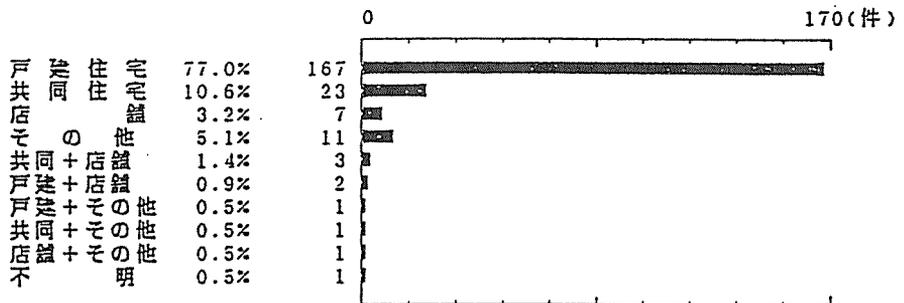


図5-32 建物用途

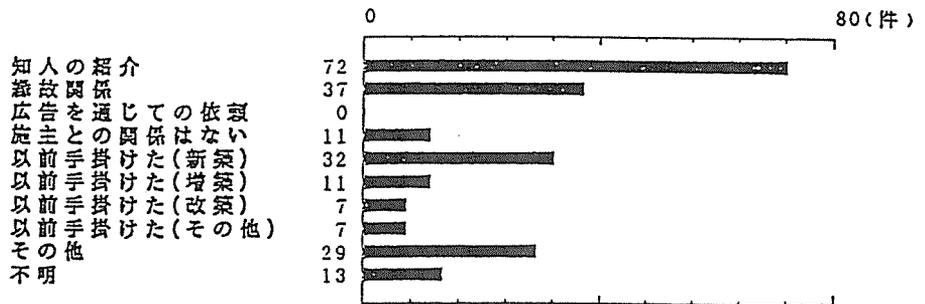


図5-33 工事の依頼関係

工事面積と工事金額は、各々図5-34、35に示すとおりである。工事を新築、増築等の種別に区分し、工事面積と工事金額の平均と標準偏差を示したものが図5-36～39である。平均だけでいえば、新築工事は161㎡を2947万円、増築工事は30㎡を735万円、改築工事は56㎡を941万円、改築を含む増築工事は54㎡を755万円で行われていることがわかる。

工事面積と工事費を2つの軸として、工事全体および工事種別に区分したもののについて相関をみたものが図5-40～44である。全体よりは、工事種別に区分した方が相関は大きくなっている。

単位 (㎡)

以上	未満		
-	50	33.0%	
50	100	22.9%	
100	150	11.9%	
150	200	11.9%	
200	250	3.7%	
250	300	3.7%	
300	350	3.2%	
350	400	1.8%	
400	450	0.9%	
450	500	0.9%	
500	550	0.5%	
550	600	0.9%	
600	-	0.0%	
不	明	4.6%	

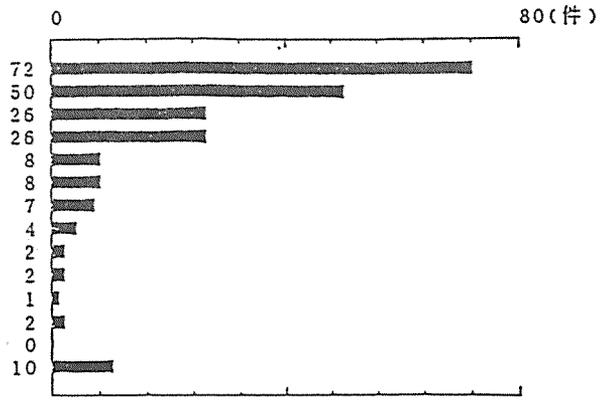


図5-34 工事面積

単位 (万円)

以上	未満		
-	500	26.5%	
500	1000	10.0%	
1000	2000	28.3%	
2000	3000	9.6%	
3000	4000	3.7%	
4000	5000	2.7%	
5000	6000	2.7%	
6000	7000	1.4%	
7000	8000	3.2%	
8000	9000	1.8%	
9000	10000	0.0%	
10000	-	1.4%	
不	明	8.7%	

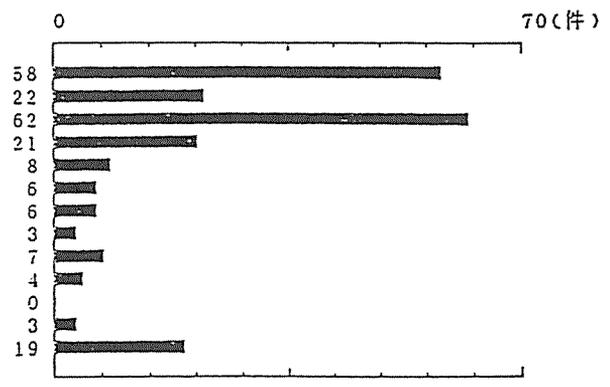


図5-35 工事金額

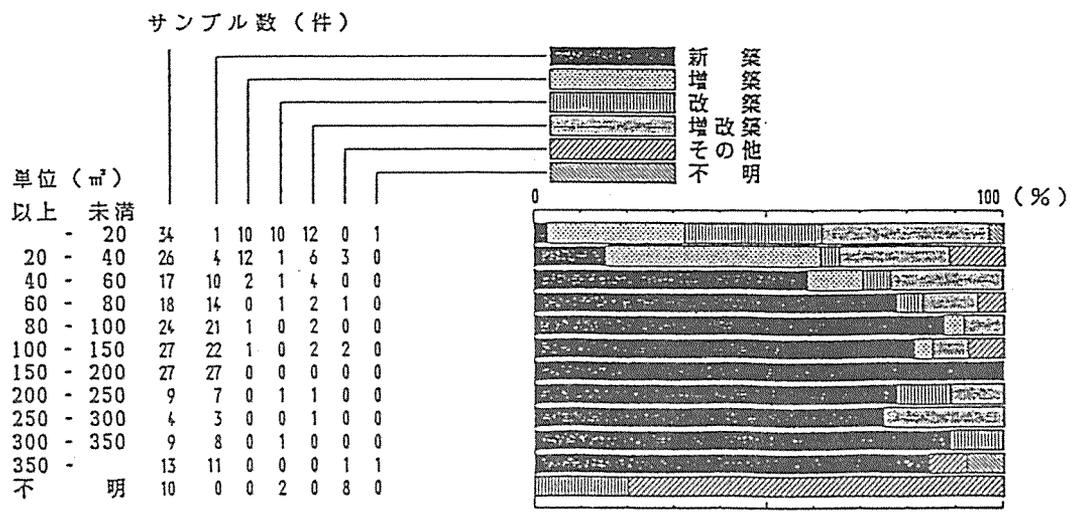
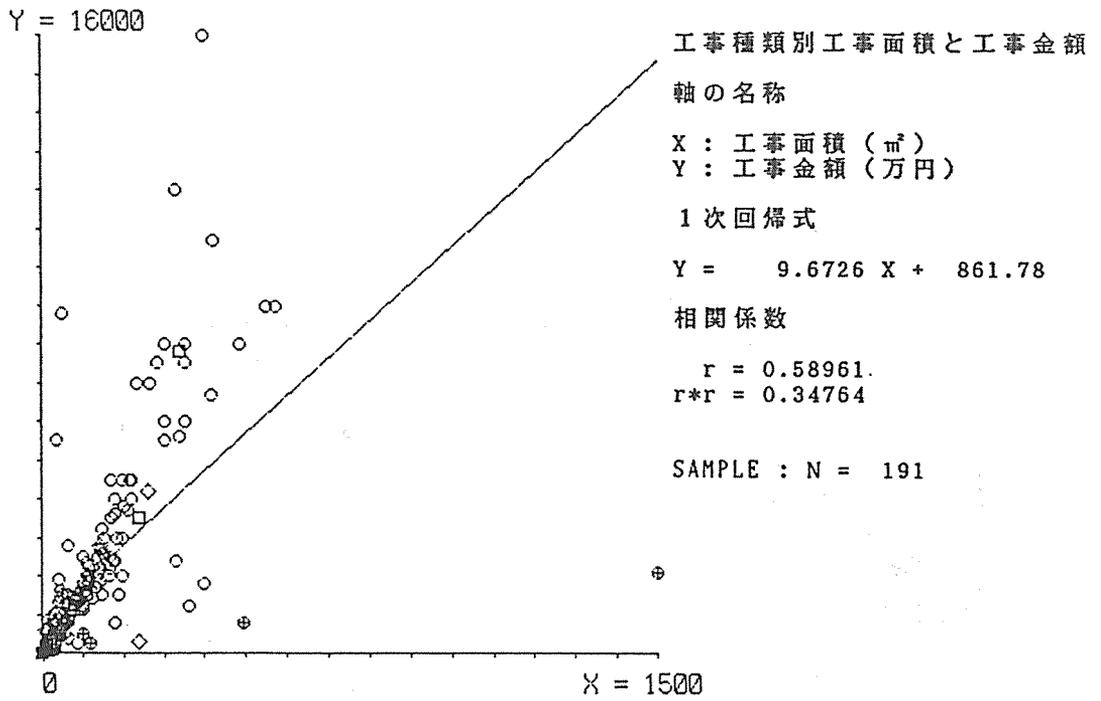


図5-36 工事面積別に見た工事種別



*** 工事形式 ***

新	築	○
増	築	△
改	築	□
増	改	◇
そ	他	⊕

図 5 - 40 工事種別別にみた工事面積と工事金額の関係

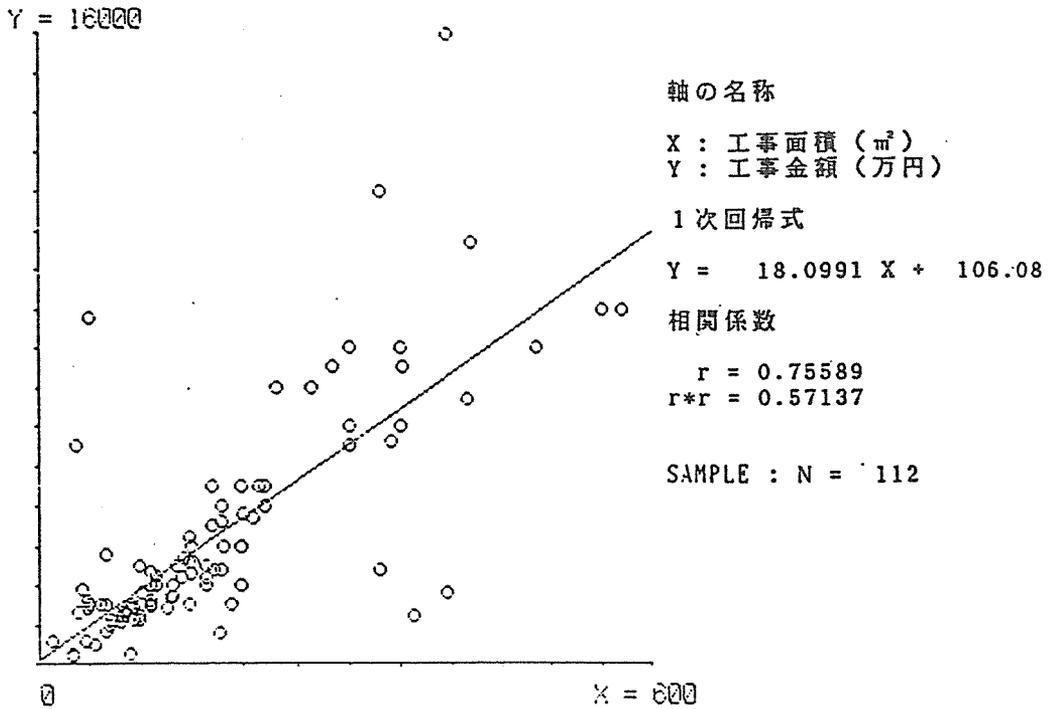


図5-41 新築工事の工事面積と工事金額の関係

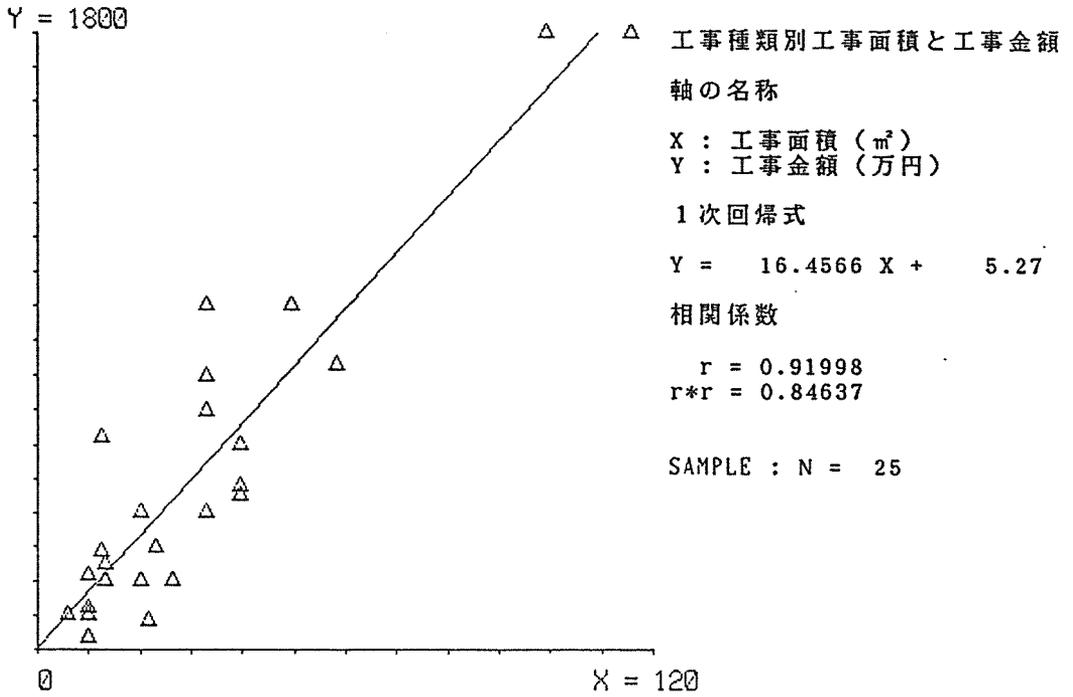


図5-42 増築工事の工事面積と工事金額の関係

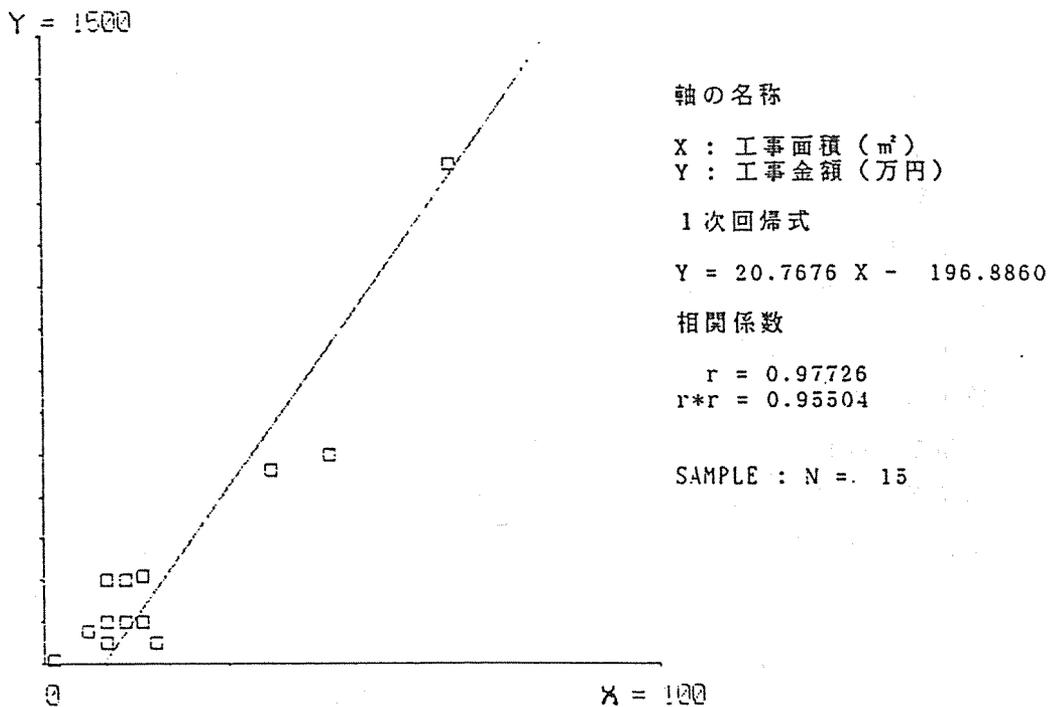


図 5 - 43 改築工事の工事面積と工事金額の関係

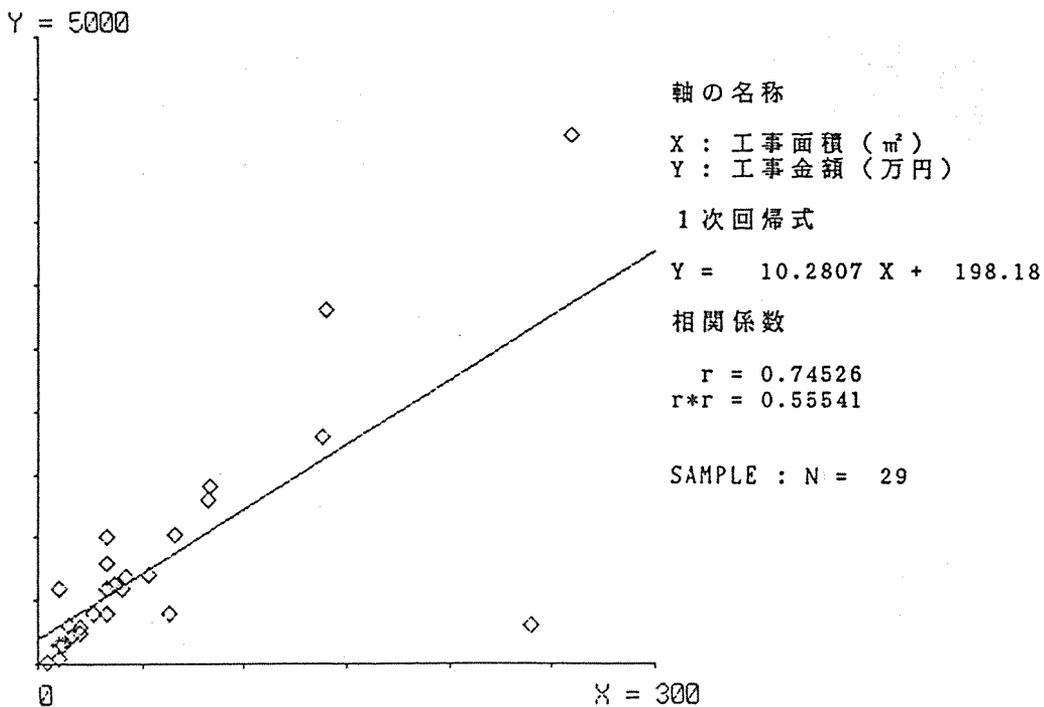


図 5 - 44 改築を伴う増築工事の工事面積と工事金額の関係

地域別に工事種別の様子を示したものが図5-45である。多摩ニュータウンは新築工事が多く、逆に山間部は新築工事が少ないことがわかる。

工事種別と構造種別の関係は、図5-46に示すとおりである。新築よりも増築等の方が、木造の割合が大きい。

工事種別と建物用途の関係は図5-47に示すとおりである。共同住宅は新築と改築が多いことがわかる。

工事種別と仕事の以来関係の関係を示したものが、図5-48である。増改築工事等で依然手掛けた関係が20%程みられる。

事業所の所在地と工事先の所在地の関係は、図5-49に示すとおりである。事業所の所在地と同じ地区の工事先が多いが、中心市街地の事業所は、他の地区でも積極的に工事を行っていることがわかる。

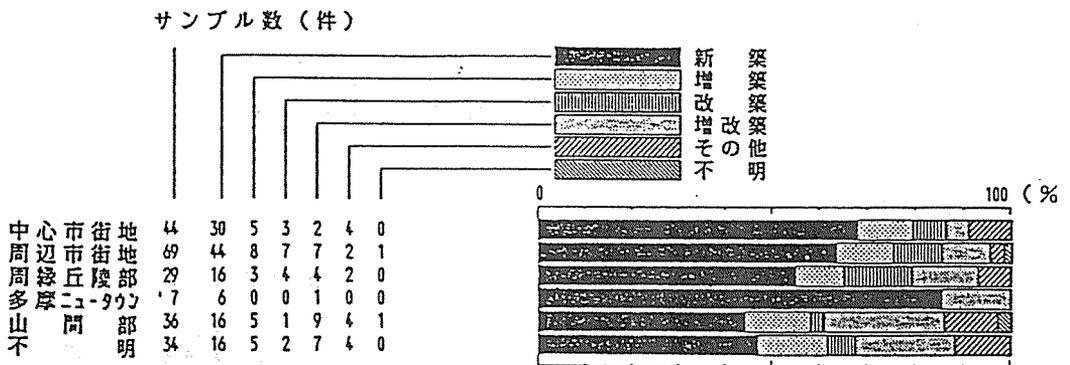


図5-45 工事先の地区別にみた工事種別

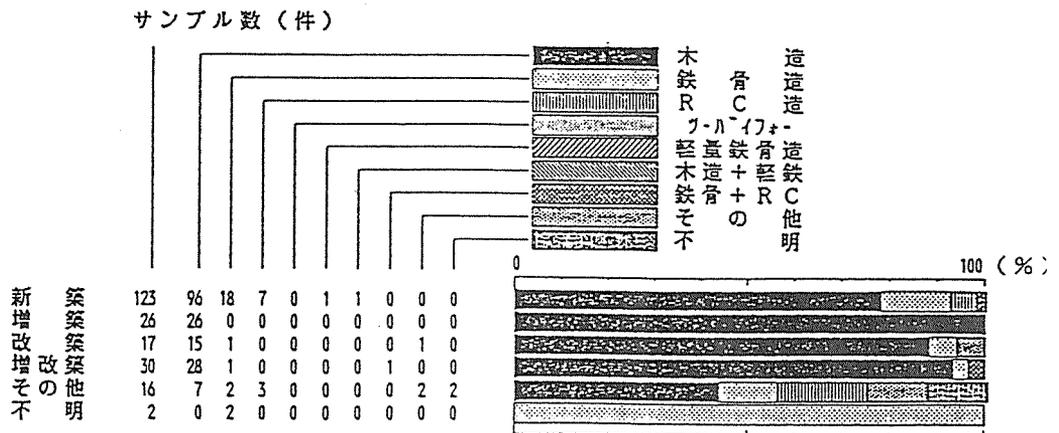


図5-46 工事種別にみた構造種別

(4) 使用木材

木材軸組や下地に用いる木材の樹種について、新築工事と増改築工事の各々の場合の使用状況、および、新築工事と増改築工事での使用木材の材寸の相異の有無の様子を示したものが、図5-52、53である。新築工事の主な樹種の各部での使われ方をみると、杉は、大壁柱、桁、大引き、間柱、胴縁に、栂は、大壁柱、桁、根太、大引き、間柱に、桧は、大壁柱、真壁柱、土台、大引きに、米松は梁に、地松は梁と小屋梁に多用されていることがわかる。この中で栂については、別項に米栂を設けているにもかかわらず○を付けた回答が多かったのであるが、実情をみるに、米栂と混同しているものと考えられる。増改築工事での樹種の実情は、新築工事とほぼ同じである。材寸の使い分けについては、全体としては使い分けをしていない事業所が大多数であることがわかるが、使い分けをしている事業所が若干みられることは、今後の検討課題の所在を示しているとも考えられる。

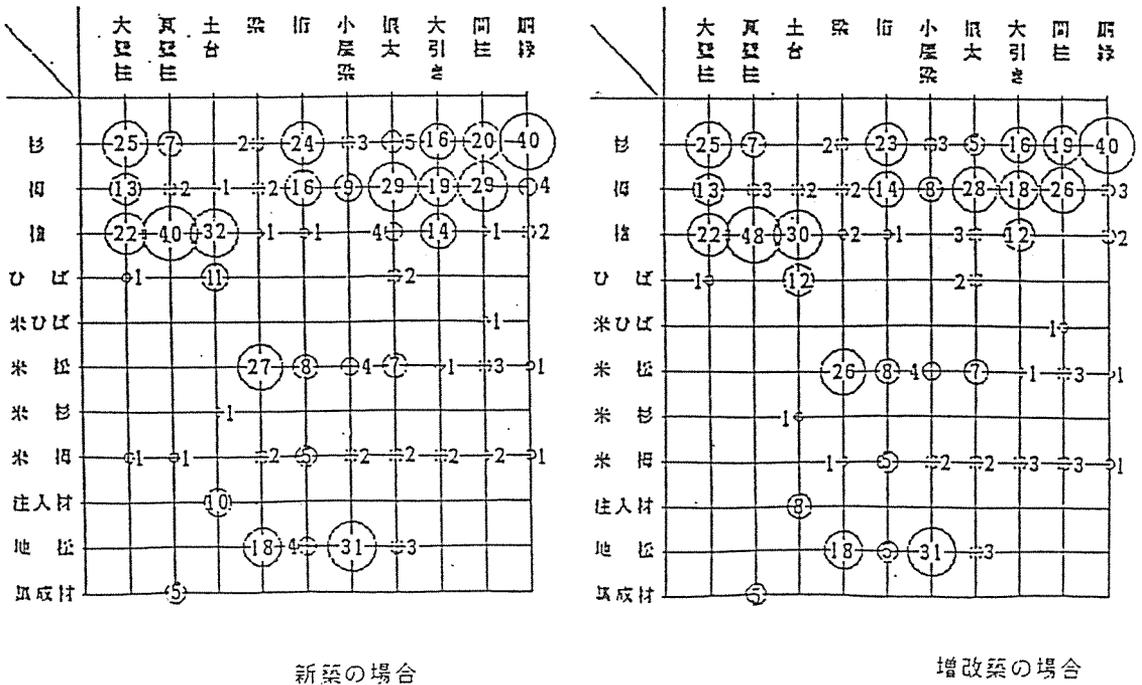


図5-52 部材種類別の使用樹種

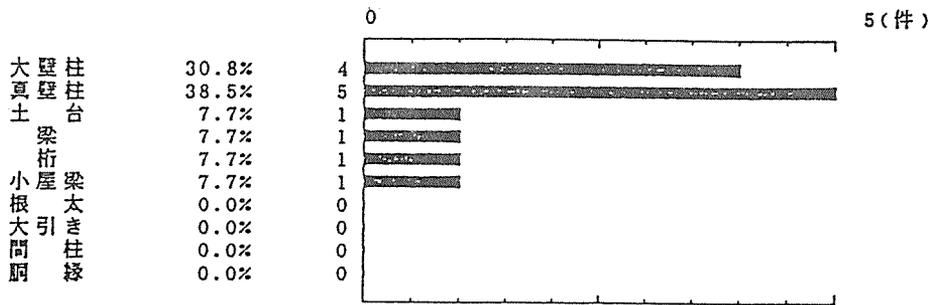


図5-53 新築と増築などでの使用木材の寸法の違いの有るという回答

(5) 専門工事業・建材店

調査事業所が取引のある専門工事業者や建材店の職種別、業種別、所在地は、図5-54に示すとおりである。大工については、調査事業所が自ら大工工事を行う場合が多いため、挙げられた件数が少ない。全体として専門工事業は建材店などに対し、八王子市内に所在する業者の割合が多く、特に旧来からある職種については、八王子市内のもの割合がより多いといえる。八王子市内の地域の中では中心市街地に所在する業者が最も多く、次いで周辺市街地の業者が多い。

調査事業所と取引のある専門工事業者、建材店等の所在地の関係は、図5-55に示すとおりである。多摩ニュータウンの事業所では他の地区所と異なり、市内の業者との取引が少ない。

(6) 増改築工事のとらえ方、取組み方

1986年と1990年の仕事の増減についての回答を示したものが、図5-56～58である。全体としては変わらないが、最も多く、次いで減った、という回答が多いのに対して、新築工事、増改築工事に区分して聞くと、増えた、変わらない、という回答が多くなっているのは、回答心理であろうか。

これまで新築と増改築とどちらに力を入れてきたか、という問に対する回答は、図5-59に示すとおりであるが、新築と両方がほぼ同数で多くなっている。

増改築に対する取組み方についての回答は、図5-60に示すとおりであるが、積極的、とどちらでもない、が多くほぼ同様である。

増改築工事を引き受ける条件、引き受けたくない条件についての回答の様子は、図5-61、62に示すとおりである。引き受ける条件として最も多いのは、以前手掛けたことのある場合、であり次いで、条件にこだわらない、が多い。近所、時間的余裕、知人の紹介にも多数が○を付けている。引き受けたくない条件については、最も多いのが、遠隔地であり、次いで時間に余裕がない、施主の要求が細かい、が多く指摘されている。

新築と増改築工事の力の入れ方の違いについての回答は、図5-63に示すとおりである。違いがあるという回答はわづかである。

今後の新築工事と増改築工事の力の入れ方についての回答は、図5-64に示すとおりである。両方共が2/3を占め最も多く、残りの多くは新築に力を入れるということである。

近所の増改築工事を行うことは、同じ地域住民として意義のあることだと思うか、という問に対する回答は、図5-65に示すとおりである。半数がそう思う、と答えており、1/3は特に意識していない、ということである。

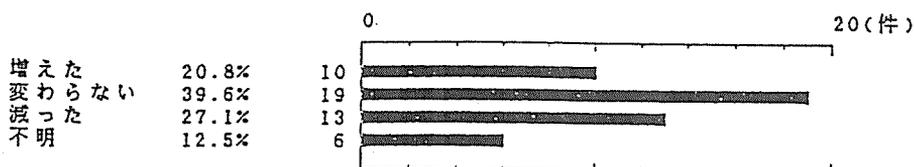


図5-56 '89年と'90年を比較した全売上高について

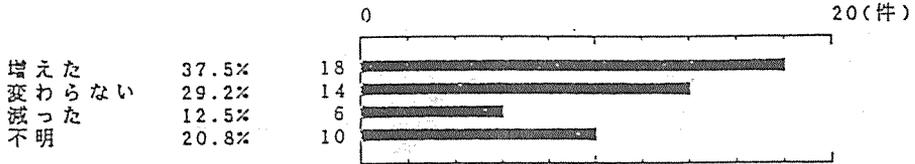


図5-57 '89年と'90年を比較した新築工事の受注変化

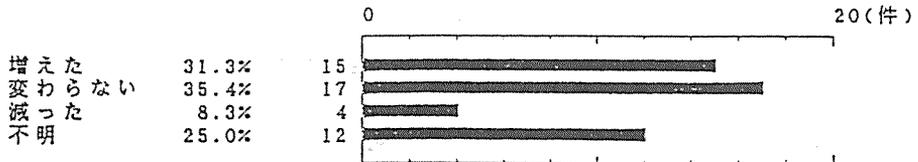


図5-58 '89年と'90年を比較した増改築工事の受注変化

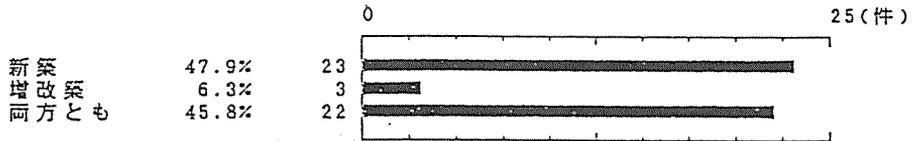


図5-59 これまでに新築と増改築、どちらに力を入れてきたか

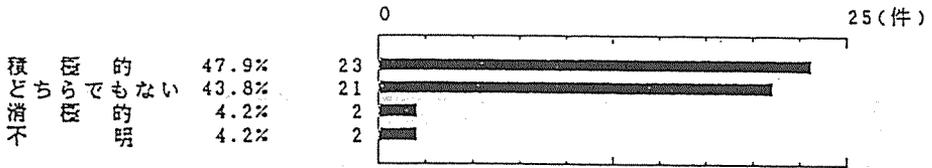


図5-60 増改築工事に対する取り組み方

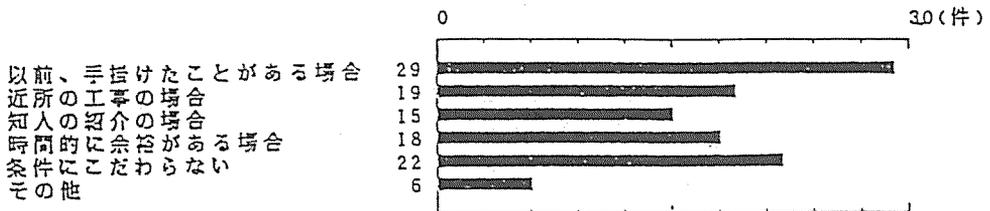


図5-61 増改築工事を引き受ける条件

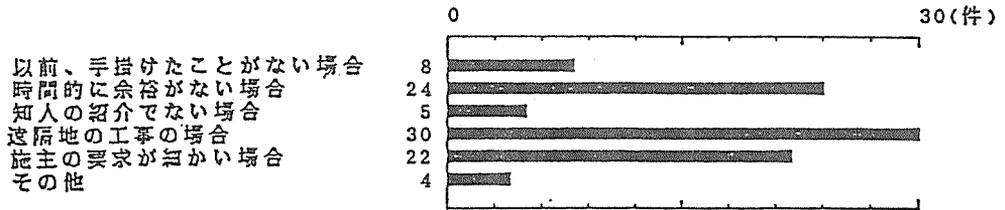


図5-62 増改築工事を引き受けたくない条件

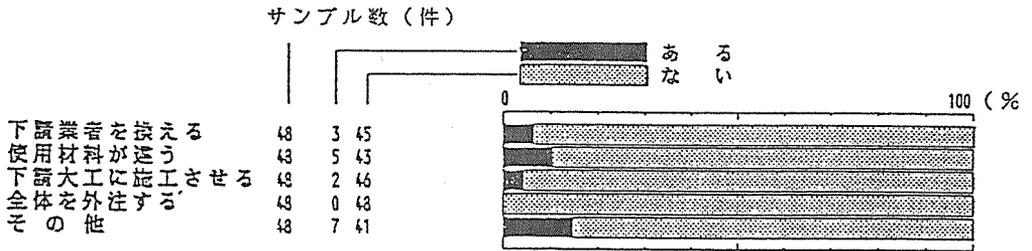


図5-63 新築と増改築とで工事のやり方の違い

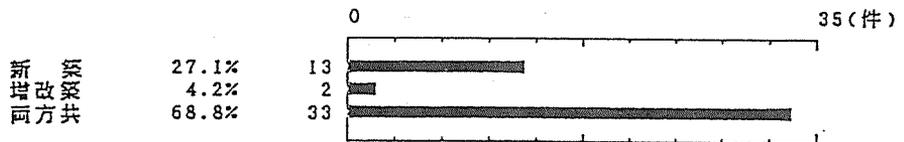


図5-64 今後の新築工事と増改築工事への力の入れ方

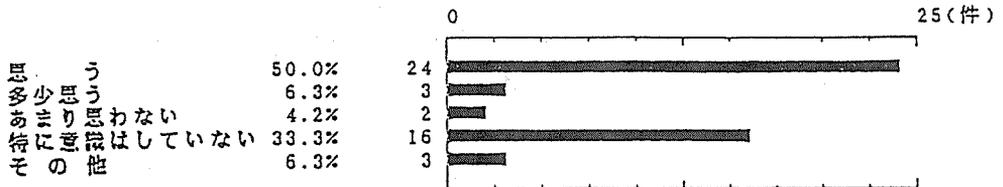


図5-65 近所の増改築を行うことは、同じ地域住民として意義のあることだと思か

近所の増改築工事を行うことは、同じ地域住民として意義のあることだと思か

増改築工事のとらえ方、取組み方と事業所規模との関係を示したものが、図5-66～68である。これまでの力の入れ方については、年間完工高2億円以上の事業所では様子が異なるが、それ以下の規模の事業所では、小さい程新築と増改築の両方に力を入れてきた、という回答が多い傾向である。増改築工事に対する取組みについては、事業所規模が小さいほど積極である傾向がみられる。今後の力の入れ方については、やはり規模の小さい事業所で、増改築に対する意欲がみられる。

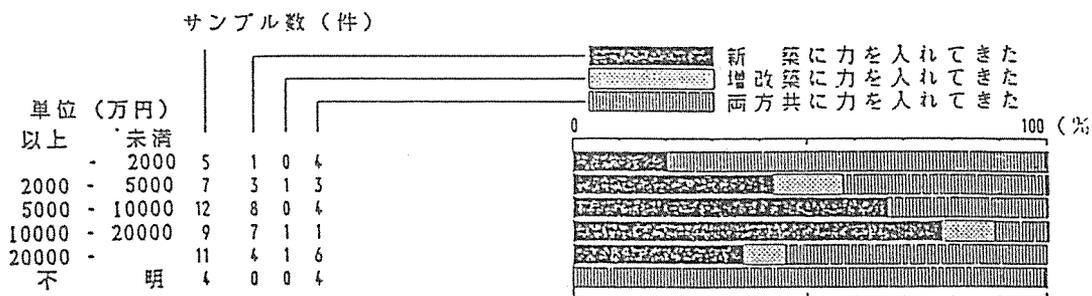


図5-66 事業所の規模別にみたこれまでの力の入れ方

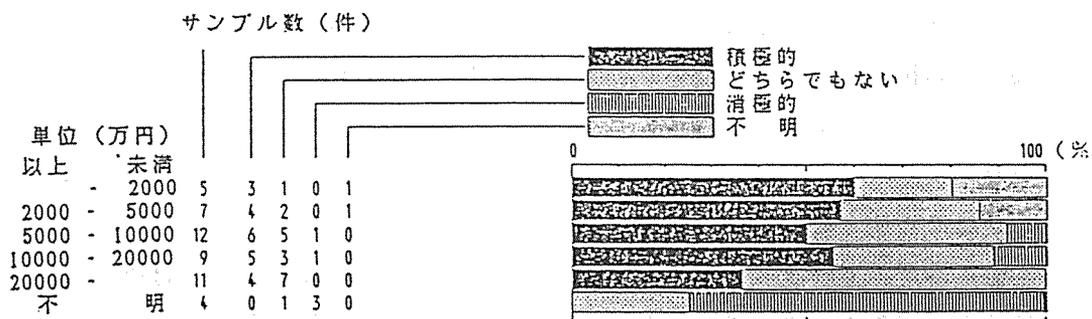


図5-67 事業所の規模別にみた増改築工事に対する取り組み方

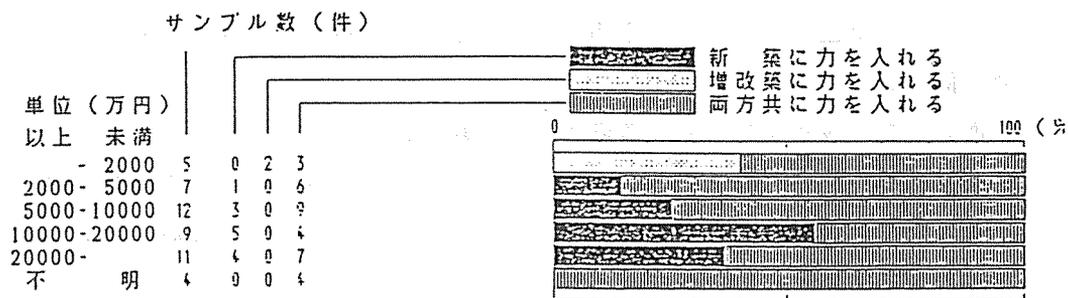


図5-68 事業所の規模別にみたこれまでの力の入れ方

5-3 調査からみた町場の工務店のリフォーム・メンテナンス

町場の工務店におけるリフォーム・メンテナンス対応の一端を捉えるべく、八王子市内の工務店活動を調査したが、その結果は以上述べたとおりである。その主な内容は次のように要約できる。

工事高でみると平均的には、新築工事60%、増築工事、改築工事が33%、補修、改修工事5%であり、件数については、新築工事58%、増築工事、改築工事などが33%である。扱っているものは、構造種別では木造、建物用途では戸建て住宅が中心である。竣工後増築や改築を行う時期には幅があるが、10～20年後に多く行われている。工事が依頼される関係としては、知人が最も多いが、次いで以前手掛けているという関係が多く、後者は増築、改築の場合により多い。

地域の特性との関わりとしては、新しい開発が多い多摩ニュータウンでは新築工事が多く、所在する工務店と取引のある専門工事業者や建材店などは八王子市外のものが多いこと、山間部では新築よりも増築などが多く、工事の依頼関係も以前からのつながりが多いことが注目できる。

新築工事と増築工事などでの、木材の用い方や工事のやり方については、大勢としては差がないが、若干相違のある事業所もみられ、今後の検討の余地が伺われる。

増築工事、改築工事に対する考え方や取組みについては、規模の小さい工務店程、積極的な姿勢をみることができる。また、近所の増築、改築を手掛けることに、地域社会の構成員としての意義を感じるという回答が多いことも注目してよい。

これらのことから地域の工務店活動にとって増築や改築の位置づけは大きく、そのあり方については、今後、様々に検討が行われ確かな展望が示される必要は大きいものと考えられる。

6. まとめ

住宅のリフォーム・メンテナンスにおける木材および木質建材の適用のあり方の展望を開きその需要拡大の方向を探る手がかりを得るべく、住宅会社および町場の工務店を対象に調査を行った。

住宅会社の調査からは、今後、住宅のリフォーム・メンテナンスに対し、その工事内容の目標や社内外の体制づくりについての様々な取り組みの状況がみられたが、大きい会社ほど積極的であり、また全体として方向付けなど、まだ確立されていない課題も多いように思われる。

町場の工務店の調査からは、住宅のリフォーム・メンテナンスの占める位置が大きく、小規模な事業所により積極的な姿勢を伺うことができる。また、立地する地域の特性や、事業所の特性に活動の仕方が大きく関わっているようである。

我国の住宅リフォームの市場については、(財)日本住宅リフォームセンターの調査で、1988年度1年間で約7兆円という参考値が得られており、小さくない市場であることがわかっている。今回の調査からは、町場の工務店では、より大きい位置を占めていることが伺えた。

昨今、地球環境問題が様々な議論される中で省資源、省エネルギーへの関心が再び高まっており、住まいについてもリフォーム・メンテナンスにより、良好な水準を経済的に長く保持することの意義は大きくなっているのである。しかしながらその技術面や実践を担う多くの関係事業所、関係者の役割、あり方については明確な展望が得られてないのが現状であり、今回の調査により、その問題や方向を検討する多くの手掛かりを得ることができた。

木材と木質建材は、その加工性や総合的品質からリフォーム・メンテナンスへの適用性は優れていると考えられているが、調査結果をみた限りでは現状ではそれが十分活かされてはいないようであり、こうした面での今後の課題が、残っていることも確かめられた。

本年度の成果に基づき、次年度以降順次課題の検討を進めていくこととなるが、多方面からご指導、ご助言頂ければ幸いである。